



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Street art: από το δημόσιο χώρο στο χώρο του μουσείου. Οι δημόσιες τοιχογραφίες ως σύμβολα του αστικού τοπίου και η πολιτιστική αναπαράστασή τους σε εκθεσιακούς χώρους. Διαχείριση και προβολή της τέχνης του graffiti: η περίπτωση της ομάδας Carpe Diem.

ΤΣΟΥΜΑΝΗ ΣΤΕΦΑΝΙΑ

Ακαδημαϊκός υπεύθυνος
ΓΚΑΝΤΖΙΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Επιβλέπουσα καθηγήτρια
ΣΑΜΠΑΝΙΚΟΥ ΕΥΗ

ΠΑΤΡΑ
ΙΟΥΝΙΟΣ, 2011

Street art: από το δημόσιο χώρο στο χώρο του μουσείου. Οι δημόσιες τοιχογραφίες ως σύμβολα του αστικού τοπίου και η πολιτιστική αναπαράστασή τους σε εκθεσιακούς χώρους. Διαχείριση και προβολή της τέχνης του graffiti: η περίπτωση της ομάδας Carpe Diem.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία προσεγγίζει θεωρητικά την τέχνη του graffiti και παρουσιάζει πιθανούς τρόπους αναπαράστασής του σε εκθεσιακούς χώρους. Η μέθοδος προσέγγισης του θέματος γίνεται με το δεδομένο ότι το graffiti είναι τέχνη και όχι βανδαλισμός και βάσει αυτής της παραδοχής αναλύεται περαιτέρω. Μετά από μια σύντομη ιστορική αναδρομή στη γέννηση και στην εξέλιξη του φαινομένου, διαφαίνεται ότι το graffiti αποτελεί μια υποκουλτούρα που έχει ενταχθεί στο πεδίο της σύγχρονης τέχνης. Η διάδοσή του οφείλεται στην έντονη παρουσία του σε όλο τον κόσμο αλλά και στα ΜΜΕ και το διαδίκτυο. Η θέση του graffiti παραδοσιακά βρίσκεται στο δημόσιο χώρο και όχι στον ιδιωτικό αν και η τάση τα τελευταία χρόνια είναι να παρουσιάζεται οργανωμένα σε γκαλερί και μουσεία. Στόχος της εργασίας είναι να παρουσιάσει τους τρόπους με τους οποίους θα ενδυναμωθεί η τέχνη του graffiti και της street art με την μεταφορά τους από το δρόμο όπου γεννήθηκαν, στο μουσείο. Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι η τέχνη του graffiti, όπως υποδεικνύουν τα βασικά χαρακτηριστικά του, θα συμβαίνει είτε ενταχθεί σε ένα πλαίσιο διαχείρισης και προβολής είτε μείνει στο δρόμο όπου και ξεκίνησε.

ABSTRACT

Street art: from public spaces to a museum. Public murals as urban landscape symbols and their cultural representation in showrooms. Management and promotion of graffiti art: the case of Carpe Diem team.

This paper approaches theoretically graffiti art and indicates possible ways of its representation in showrooms. The approach method of the subject takes for granted that graffiti is art and not vandalism and based on that assumption it's being further analysed. After a brief historical background of the phenomenon's birth and evolution, the fact that graffiti is a subculture, that has been included in the field of contemporary art, is being revealed. Graffiti is being spread due to its strong presence around the world and also in the media and Internet. Graffiti is traditionally found in public spaces and not in private, although the trend in recent years is that it can be shown in galleries and museums. The aim of the paper is to present ways in which graffiti and street art can be strengthened by being transferred from the street where they were born to a museum. The conclusion being reached is that graffiti art, as indicated by its main features, will happen whether it is incorporated into a management and promotion framework or stays in the street where it started.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄	
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ GRAFFITI.....	9
1. Ορισμοί και ιστορική αναδρομή.....	10
1.1. Graffiti και δημόσιες τοιχογραφίες.....	10
1.2. Ιστορική αναδρομή.....	10
1.3 Η γέννηση και η εξέλιξη του graffiti στη σύγχρονη εποχή.....	11
1.4 Το graffiti ως υποκουλτούρα και η σχέση του με το hip hop.....	12
1.5 Η εξέλιξη του graffiti στην Ελλάδα.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄	
ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ GRAFFITI, ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΙ ΤΟΥ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	
2.1 Τα είδη του graffiti.....	16
2.2 Τα χαρακτηριστικά του graffiti.....	17
2.3 Οι βασικοί εκπρόσωποι του graffiti στο εξωτερικό και στην Ελλάδα.....	18
2.4 Ο τρόπος αντιμετώπισης του graffiti στο πεδίο της σύγχρονης τέχνης και η διάδοσή του σήμερα.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ΄	
Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ GRAFFITI ΣΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΧΩΡΟ.....	23
3.1 Η οργανωμένη δημιουργία graffiti ως τέχνη.....	24
3.2 Η δημιουργία graffiti ως μη λεκτική μορφή επικοινωνίας.....	26
3.3 Η δύναμη του δημόσιου και η σημασία του ιδιωτικού χώρου ως χώροι δράσης graffiti.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ΄	
Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΤΟΙΧΟΓΡΑΦΙΩΝ: Η ΟΜΑΔΑ CARPE DIEM	
4.1 Το μουσείο ως χώρος έκθεσης graffiti.....	32
4.2 Ίδρυση, δράση και ιστορικό της ομάδας.....	33
4.3 Η σημασία της διαχείρισης μιας πολιτιστικής δραστηριότητας graffiti και street art.....	38

4.4 Εκθεσιακός σχεδιασμός και μουσειακή επικοινωνία στην Τεχνόπολι του δήμου Αθηναίων.....	39
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	43
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	45
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	53

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάγκη της ύπαρξης και της εφαρμογής πολιτικής και διαχείρισης στον πολιτισμό εμφανίζεται ιδιαίτερα επιτακτική στις μέρες μας καθώς η πολιτιστική κληρονομιά αλλά και κάθε νέο πολιτιστικό αγαθό είναι πηγές όχι μόνο πολιτιστικού αλλά και οικονομικού κεφαλαίου. Η εποχή της παγκοσμιοποίησης που διανύουμε τα τελευταία χρόνια, ο πλουραλισμός στην πολιτιστική και κοινωνική ζωή αλλά και οι διαφορετικές ταυτότητες έχουν οδηγήσει στη δημιουργία αλλά και στην ανάδειξη νέων καλλιτεχνικών τάσεων και ρευμάτων.

Στη σύγχρονη εποχή, που παρατηρείται απομάκρυνση των νέων από την καλλιτεχνική δημιουργία αλλά συγχρόνως ανάπτυξη της λεγόμενης street art και της απήχησής της στο νεανικό κοινό, τα μουσεία, ως φορείς πολιτισμού, καλούνται να παρουσιάσουν με οργανωμένο τρόπο πολιτιστικά προϊόντα που υπάρχουν στο αστικό τοπίο και γεννώνται καθημερινά. Με τον τρόπο αυτό δίνεται η δυνατότητα στο κοινό να αποκωδικοποιήσει την street art, αφού αυτή θα αναπαρασταθεί οργανωμένα, και επίσης να άρει την αντίληψη ότι η τέχνη που γεννάται στον δημόσιο χώρο είναι βανδαλισμός.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να μελετηθούν οι τρόποι μέσω των οποίων ένα μουσείο μπορεί να παρουσιάσει στους χώρους του οργανωμένες εκθέσεις δημόσιων τοιχογραφιών αλλά και έργων των καλλιτεχνών της επονομαζόμενης street art. Συγκεκριμένα, θα ερευνηθούν τα μέσα με τα οποία ένα μουσείο μπορεί να πραγματοποιήσει τέτοιου είδους εκθέσεις, συνεργαζόμενο με ομάδες καλλιτεχνών street art ή με μεμονωμένους καλλιτέχνες. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με διάφορους τρόπους δηλαδή τόσο με την απευθείας ανάθεση κατασκευής τοιχογραφιών στους χώρους του μουσείου όσο και με την παράλληλη έκθεση καμβάδων, stencil, slide shows κ.ά.

Ειδικότερα, θα γίνει μελέτη περίπτωσης της ομάδας Carpe Diem που είναι ο μοναδικός συλλογικός φορέας δημιουργίας και προώθησης δημόσιων τοιχογραφιών στην Ελλάδα και συνεργάζεται με οργανισμούς και φορείς, οι οποίοι εφαρμόζουν προγράμματα δημόσιων τοιχογραφιών ανά τον κόσμο. Τα μέλη της ομάδας αποτελούνται από αποφοίτους της σχολής Καλών τεχνών ή είναι γραφίστες και καλλιτέχνες που ασχολούνται αποκλειστικά με την urban art. Η δράση αυτή στοχεύει στην οικειοποίηση του δημόσιου χώρου παρεμβαίνοντας εικαστικά. Η ομάδα Carpe Diem υλοποιεί εικαστικές εκθέσεις και συντονίζει την παρουσία καλλιτεχνών και σε εκθέσεις άλλων φορέων και οργανισμών στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Στόχος τους είναι να προβληθεί το έργο των ελλήνων και ξένων

καλλιτεχνών οι οποίοι προέρχονται από την σκηνή του graffiti και της urban art μέσα από διαφορετικούς δρόμους έκφρασης με καινούριες τεχνικές και ιδέες.

Για τη συγκέντρωση των στοιχείων που αφορούν στην τέχνη του graffiti, στις εικαστικές παρεμβάσεις στο αστικό τοπίο μέσω δημόσιων τοιχογραφιών αλλά και στην πολιτιστική αναπαράσταση των έργων αυτών θα χρησιμοποιηθεί ελληνική και ξένη βιβλιογραφία και αξιόπιστες επιστημονικές πηγές από άρθρα, μελέτες, διαδικτυακούς τόπους κτλ. Παράλληλα, για τη μελέτη περίπτωσης της ομάδας Carpe Diem αλλά και για τη δυνατότητα έκθεσης σε συγκεκριμένο μουσείο - εκθεσιακό χώρο, θα χρησιμοποιηθούν άρθρα και συνεντεύξεις των υπευθύνων.

Τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την παραπάνω έρευνα, θα αποτελέσουν πρόταση για εφαρμογή παρόμοιων δράσεων. Με τον τρόπο αυτό η street art θα ενδυναμώσει τον πολιτιστικό της ρόλο και ταυτόχρονα θα δοθεί η ευκαιρία στο κοινό να αντιληφθεί την τέχνη που γίνεται στο δημόσιο χώρο. Τέλος, μπορεί να αποτελέσει και αφορμή για περαιτέρω δημιουργία ωθώντας τους καλλιτέχνες σε περισσότερες πρωτοβουλίες που θα συνδέουν το αστικό τοπίο με την πολιτιστική του αναπαράσταση.

Στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος “Διοίκηση Πολιτισμικών μονάδων” του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου έχει εκπονηθεί εργασία με θέμα το graffiti το 2009 από τη φοιτήτρια Μαρκέλλα Στεφανία Παπακώστα με τίτλο “Το graffiti ως νέα μορφή τέχνης και ο τρόπος ένταξής του στην καλλιτεχνική σκηνή”. Η εργασία αυτή αναφέρεται στο graffiti ως κίνημα και κάνει μια ιστορική μελέτη του φαινομένου. Στόχος της εργασίας αυτής είναι να παρουσιάσει την ιστορία του graffiti κάνοντας αναλυτική ιστορική αναδρομή. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρεται στα είδη του graffiti και στα χαρακτηριστικά του, στο νομοθετικό πλαίσιο που διέπει τη δημιουργία graffiti στην Ελλάδα, στην ομάδα Carpe Diem ως βασική εκπρόσωπο του graffiti στην Ελλάδα και στα φεστιβάλ και τις επίσημες οργανώσεις που γίνονται στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Τέλος, γίνεται αναλυτική παρουσίαση των πιο σημαντικών εκπροσώπων graffiti της διεθνούς σκηνής. . Συμπερασματικά, η εργασία αυτή στοχεύει στη θεωρητική παρουσίαση του φαινομένου του graffiti και προσεγγίζει το θέμα από θεωρητική σκοπιά.

Η παρούσα μελέτη όμως, δεν αποτελεί μια θεωρητική εργασία με θέμα την ιστορία του graffiti και τους εκπροσώπους της (όπως η προαναφερθείσα) αλλά έχει ως βασικό θέμα τη δυνατότητα μεταφοράς του graffiti και της street art από το δρόμο, όπου και γεννήθηκαν, στο μουσείο. Για λόγους σαφήνειας γίνεται συνοπτική ιστορική αναδρομή για το graffiti αλλά η εργασία αυτή στοχεύει στο να καταδείξει με ποιους τρόπους μπορεί το graffiti να παρουσιαστεί οργανωμένα. Πιο συγκεκριμένα, προτείνεται η Τεχνόπολι του δήμου

Αθηναίων ως χώρος έκθεσης graffiti της ομάδας Carpe Diem. Η ομάδα Carpe Diem δηλαδή παρουσιάζεται όχι για λόγους ιστορικούς, αλλά γιατί είναι η μελέτη περίπτωσης της εργασίας. Χρησιμοποιείται δηλαδή ως παράδειγμα για να αποσαφηνίσει τη θεωρητική προσέγγιση της εργασίας, η οποία είναι οι τρόποι αναπαράστασης του graffiti σε εκθεσιακούς χώρους. Για το λόγο αυτό, περιλαμβάνει και συνέντευξη ενός από τα ιδρυτικά της μέλη ενώ η προηγούμενη μελέτη δεν περιλαμβάνει συνέντευξη γιατί αναφέρεται απλώς στο ιστορικό της ομάδας.

Στο α' κεφάλαιο γίνεται σύντομη αναφορά στην έννοια του graffiti και στον ορισμό του, κάνοντας και μια μικρή ιστορική αναδρομή. Στη συνέχεια, περιγράφει τη γέννηση και την εξέλιξη του graffiti στη σύγχρονη εποχή στην Ελλάδα και στο εξωτερικό και αναλύει το graffiti ως υποκουλτούρα και τη σχέση του με το hip-hop.

Στο β' κεφάλαιο, παρουσιάζει τα είδη του, τους βασικούς εκπροσώπους στην Ελλάδα και το εξωτερικό καθώς και τα βασικά του χαρακτηριστικά. Ακόμη, αναλύει και τον τρόπο που αυτό αντιμετωπίζεται στο πεδίο της σύγχρονης τέχνης καθώς και τους τρόπους διάδοσής του.

Στο γ' κεφάλαιο αναλύει τη θέση του graffiti στο δημόσιο και στον ιδιωτικό χώρο και παρουσιάζει την οργανωμένη δημιουργία graffiti ως τέχνη. Ακόμη, αναφέρεται στη δύναμη του δημόσιου και στη σημασία του ιδιωτικού χώρου ως μέρη δράσης τοιχογραφιών και στα μηνύματα που μεταδίδει ως μη λεκτική μορφή επικοινωνίας.

Στο δ' κεφάλαιο αναφέρεται στο μουσείο ως χώρο έκθεσης graffiti. Στη συνέχεια παρουσιάζεται η ομάδα Carpe Diem που χρησιμοποιείται ως μελέτη περίπτωσης για την πολιτιστική αναπαράσταση τοιχογραφιών σε εκθεσιακούς χώρους. Γίνεται επίσης σύντομη αναφορά στην ίδρυση, στη δράση και στο ιστορικό της ομάδας και έπειτα η μελέτη αναφέρεται σε θέματα διαχείρισης, εκθεσιακού σχεδιασμού και μουσειακής επικοινωνίας στην περίπτωση που ένα μουσείο επιλέξει να εκθέσει δημιουργίες graffiti. Πιο συγκεκριμένα, προτείνεται ως χώρος έκθεσης graffiti Τεχνόπολι του δήμου Αθηναίων και προτείνονται τρόποι πολιτιστικής αναπαράστασης αλλά και δραστηριότητες που μπορούν να πραγματοποιηθούν στον εσωτερικό και στον εξωτερικό χώρο της Τεχνοπόλεως.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ GRAFFITI

Η street art αναπτύσσεται σε δημόσιους χώρους και περιλαμβάνει ποικιλία μορφών και τεχνικών, με αφετηρία το graffiti στις διάφορες μορφές του και φτάνοντας μέχρι τις τοιχογραφίες που δημιουργούνται ευρύτερα σε δημόσιους χώρους. Πιο συγκεκριμένα, μπορεί να περιλαμβάνει graffiti, stencil, poster, installations, προβολή video ή και διάφορες δράσεις (καλλιτεχνικές) που πραγματοποιούνται «στο δρόμο».

Ο διάσημος καλλιτέχνης Blek le Rat σημειώνει ότι «...αφήνω εικόνες μου στο δρόμο και γράφω από κάτω το όνομά μου. Οι χιλιάδες άνθρωποι που βλέπουν τα έργα μου, είναι για μένα η καλύτερη θεραπεία της ανωνυμίας και της απομόνωσης που νιώθω ανάμεσα στα πλήθη. Δεν αγνοώ τους υπόλοιπους ανθρώπους, τους φωνάζω μ' αυτό τον τρόπο, τους μιλώ. Με τα stencils μου, δείχνω σε όλους ότι είμαι εδώ, ζωντανός και μαζί τους» (Γαγλίας, 2007:7).

Η «τέχνη του δρόμου» (Βαρελάς, 2008) είναι ένας παράξενος όρος που αναφέρεται, στο πλαίσιο της σημερινής πραγματολογικής του σημασίας, σε ένα υβρίδιο που ξεκινά από τις παρυφές του γκραφίτι και φτάνει, στην εξελιγμένη του μορφή, σε «εκθαμβωτικές» φιλόδοξες τοιχογραφίες.

Με ποιον τρόπο όμως φτάσαμε από τις αρχαίες επιγραφές στο graffiti και στα stencil της σύγχρονης εποχής; Από όλη την ιστορική συνέχεια που παρατίθεται στην ιστορική αναδρομή που ακολουθεί, διαφαίνεται ότι ήταν έμφυτη η τάση του ανθρώπου ανέκαθεν να οικειοποιείται το περιβάλλον γύρω του και να προσπαθεί να εκφραστεί μέσω των επεμβάσεών του σε αυτό. Σαφώς, κάθε εποχή έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά από τις άλλες και σίγουρα κάθε δημόσια επιγραφή δε θεωρείται graffiti με τη σημερινή έννοια του όρου. Αυτό όμως που συνάγεται με ασφάλεια είναι πως είτε πρόκειται για απλές υπογραφές, είτε για συνθήματα είτε για τοιχογραφίες, ο χαρακτήρας των επεμβάσεων αυτών είναι δημόσιος και στοχεύει στη διάδραση με το κοινό-θεατή.

1. Ορισμοί και ιστορική αναδρομή

1.1. Ορισμοί: Graffiti και δημόσιες τοιχογραφίες

Ο Ganz (2004:8) αναφέρει ότι ο όρος graffiti προέρχεται από το ιταλικό sgraffio που σημαίνει «γρατσουνιά, σκάλισμα» και εμφανίζεται ως μέθοδος αποτύπωσης από την αρχή της ανθρωπότητας. Ο όρος graffiti αποδίδεται στα ελληνικά (Μπαμπινιώτης, 1998:428, Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας) ως το κάθε σχέδιο (ζωγραφικών παραστάσεων, αρχικών γραμμάτων ή συνθημάτων) που ζωγραφίζεται με ψεκαστήρα (σπρέι) κυρίως πάνω σε χτισμένες επιφάνειες, τοίχους ή πεζοδρόμια και αποτελεί συνήθως τρόπο προσωπικής έκφρασης ή διαμαρτυρίας. Είναι αντιδάνειο από την ιταλική λέξη graffiti, υποκοριστικό του sgraffio που σημαίνει επιγραφή, χάραγμα (λατινικά graphium < αρχαία ελληνικά γραφείον). Παράλληλα, ο όρος τοιχογραφία ή τοιχογράφημα (ό.π.:1793) είναι η ζωγραφική παράσταση στην επιφάνεια τοίχου ή οροφής οικοδομήματος. Ο Πάγκαλος (2008) παρατηρεί ότι «θα θεωρήσουμε γκραφίτι την κουλτούρα και μορφή τέχνης που δημιουργήθηκε με βάση το γράψιμο ονομάτων και τη χρήση του σπρέι στα τέλη της δεκαετίας του '60, στις αστικές συνθήκες της Φιλαδέλφειας και της Νέας Υόρκης, που μέχρι το 1980, σε πρώτο βαθμό σχεδόν «ολοκληρώνεται» ως μορφή και φόρμα, για να αρχίσει να διαδίδεται σε όλον τον κόσμο, και τελικά συνεχώς να εξελίσσεται».

1.2. Ιστορική αναδρομή

Η γραφή σε δημόσιους χώρους δεν είναι κάτι το σύγχρονο αλλά υπάρχει από τα προϊστορικά χρόνια. Ο Ganz (2004:8) κάνει παραλληλισμό του σύγχρονου graffiti με τις προϊστορικές βραχογραφίες, όπως αυτές που βρέθηκαν στις σπηλιές Lascaux στη Γαλλία καθώς και με τις επιγραφές που βρέθηκαν σε δημόσιους χώρους κατά την ελληνορωμαϊκή αρχαιότητα. Στη διάρκεια του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου αναφέρεται επίσης από τον Ganz (2004:8) ότι οι Ναζί συνήθιζαν να γράφουν συνθήματα για να εκφράσουν το μίσος τους προς τους Εβραίους. Επίσης, ο ίδιος σημειώνει (ό.π.:8) ότι το graffiti αποτελούσε πάντα σημαντικό εργαλείο όλων των κινημάτων αντίστασης, αφού με αυτό τον τρόπο κατάφερναν να εκφράσουν τη διαμαρτυρία τους στο κοινό. Ο Gombrich (2009: 40-42) αναφέρει ότι οι βραχογραφίες που ανακαλύφθηκαν σε τοιχώματα σπηλαίων στην Αλταμίρα της Ισπανίας και στη νότια Γαλλία, οι οποίες χρονολογούνται το 10.000 π.Χ., μάλλον αποτελούν τα αρχαιότερα δείγματα της ανθρώπινης πίστης στη δύναμη της εικόνας.

Ο Milosact (2005) αναφέρει ότι «οι Βαβυλώνιοι και οι Ασσύριοι χάραζαν ανάγλυφα πάνω στις πέτρες και οι Κινέζοι σκάλιζαν καύκαλα από χελώνες. Επίσης, στον ισλαμικό κόσμο υπήρχαν καλλιγραφικά κείμενα, πάνω στους τοίχους των θρησκευτικών και κοσμικών κτιρίων και ακόμη ανάγλυφα σε πέτρα ή ξύλο των Αζτέκων στην Κεντρική Αμερική, που καλύπταν τους τοίχους των δημοσίων ή εκκλησιαστικών κτιρίων και μνημείων. Στην άλλη ήπειρο, στην Αφρική, η τοιχογραφία αποτέλεσε αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής και στο πιο μικρό χωριό της αχανούς της έκτασης. Πηγαίνοντας ξανά πίσω στην Ευρώπη, στην Αναγέννηση με τα σατιρικά Fresco και τις τέμπλες, πρωτοσυναντάμε τον όρο Sgraffito στην αναγεννησιακή ζωγραφική, για την περιγραφή μιας συγκεκριμένης τεχνικής». Παρατηρείται λοιπόν ότι σε κάθε εποχή και ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες, οι άνθρωποι, ωθούμενοι από την ανάγκη έκφρασης, δημιουργούσαν τοιχογραφίες ώστε να μεταδώσουν τα μηνύματά τους. Στις αρχές του 20ού αιώνα (Milosact) δημιουργήθηκαν τοιχογραφίες και στο Μεξικό για να εκφραστεί έτσι το επαναστατικό πνεύμα της εποχής και παράλληλα πολλοί καλλιτέχνες ταξίδεψαν στην Αμερική όπου ανέλαβαν τοιχογραφίες επί πληρωμή σε πανεπιστήμια ή σε σχολές Καλών Τεχνών, με αποτέλεσμα το μεξικάνικο graffiti να έχει μεγάλη απήχηση και να βρει αρκετούς μιμητές.

1.3 Η γέννηση και η εξέλιξη του graffiti στη σύγχρονη εποχή

Ο Nicholas Ganz, συγγραφέας του βιβλίου «Graffiti world» (2004:8) αναφέρεται συνοπτικά στην ιστορία και την εξέλιξη του φαινομένου: «Το graffiti όπως είναι γνωστό σήμερα, αναπτύχθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 60 στη Νέα Υόρκη και στη Φιλαδέλφεια όπου καλλιτέχνες όπως ο TAKI183 αποτύπωναν τα ονόματά τους σε τοίχους αλλά και στον υπόγειο σιδηρόδρομο. Η Νέα Υόρκη φαίνεται ότι είναι το κατάλληλο μέρος για την ανάπτυξη του graffiti και τη δράση των καλλιτεχνών γιατί συνδυάζει διαφορετικές κουλτούρες και άτομα σε ένα μέρος. Αρχικά οι καλλιτέχνες χρησιμοποιούσαν είτε τα πραγματικά τους ονόματα ή διάφορα ψευδώνυμα αλλά σύντομα η τάση ήταν να εμφανίζονται μόνο με ψευδώνυμα. Τα tags σταδιακά γίνονταν όλο και μεγαλύτερα μέχρι τα πρώτα pieces (προερχόμενο από τη λέξη masterpieces) τα οποία εμφανίστηκαν στα τρένα της Νέας Υόρκης. Πολλοί καλλιτέχνες αναζητούσαν την αναγνώριση, είτε βάφοντας με spray τα τρένα ή φτιάχνοντας μεγαλύτερα pieces». Διαφαίνεται λοιπόν ότι μέσω του graffiti οι καλλιτέχνες της street art επιζητούσαν την επικοινωνία με το κοινό, χωρίς περιορισμούς και για αυτό το λόγο είχαν ως αρχικό στόχο τις αμαξοστοιχίες των τρένων επειδή οι δημιουργίες

τους ήταν ορατές από εκατομμύρια ανθρώπους. Στη συνέχεια (Ganz, 2004:9) οι writers της Νέας Υόρκης ταξίδεψαν εκτός των ορίων της και το graffiti εξαπλώθηκε ως φαινόμενο σε όλες τις Ηνωμένες πολιτείες και παράλληλα pieces άρχισαν να εμφανίζονται σχεδόν σε κάθε ευρωπαϊκή πόλη από τις αρχές του 1980. Ωστόσο, όπως είναι ευρύτερα γνωστό, με την άφιξη του κινήματος της hip-hop, η ευρωπαϊκή σκηνή του graffiti απογειώθηκε γιατί αυτό άρχισε να εισβάλλει σχεδόν σε όλες τις δυτικές χώρες αλλά και σε όσες επηρεάζονταν από το δυτικό μοντέλο και στη συνέχεια άρχισε να διαδίδεται ακόμη πιο πολύ. Ο Ganz παρατηρεί ότι (2004:9) στην Ασία και Νότια Αμερική η επιρροή ήρθε λίγο αργότερα, αλλά το επίπεδο του graffiti και ο τρόπος ένταξής του στον πολιτισμό τους σήμερα αυξάνεται με πρωτοφανή ρυθμό και έχει ήδη φθάσει σε υψηλό επίπεδο, ιδίως στη Νότια Αμερική.

Σαφώς, το graffiti δε δημιουργήθηκε τόσο απλά, δηλαδή δεν ξεκίνησε λόγω της τάσης κάποιων να αφήνουν το tag τους σε διάφορα σημεία της πόλης. Ήταν, όπως όλα τα καλλιτεχνικά κινήματα, αποτέλεσμα της κοινωνικοοικονομικής αλλαγής και αναδιάρθρωσης που συνέβαινε στην Αμερική εκείνο το διάστημα. Όπως παρατηρεί ο Κουτσομάλλης (2005) «η μεταπολεμική κοινωνία με τις μεγάλες οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και πολιτισμικές αλλαγές, σε παράλληλη πορεία με τα νέα κινήματα ιδεών και τις ραγδαίες επιστημονικές, τεχνολογικές και επικοινωνιακές εξελίξεις, προκάλεσαν, όπως ήταν επόμενο, νεοφανή εκφραστικά ήθη και συνέτειναν στην ανάδειξη νέων ρευμάτων δημιουργίας σε όλους τους τομείς της τέχνης και του πολιτισμού». Συνεχίζει (ό.π.) αναφέροντας ότι η εποχή αυτή είχε ανάγκη μια τέχνη ελεύθερη, χωρίς φραγμούς και όρια, λαϊκή, εφήμερη, μια τέχνη των προκλήσεων που να εκφράζει την εποχή της αντλώντας ερεθίσματα δημιουργίας από το σύγχρονο αστικό περιβάλλον.

1.4 Το graffiti ως υποκουλτούρα και η σχέση του με το hip-hop

Εφόσον το graffiti συμπεριλαμβάνει ανθρώπους από διάφορα κοινωνικά στρώματα που μοιράζονται την ίδια ενασχόληση και που αποτελούν ένα υποσύνολο, μπορεί να εκληφθεί ως υποκουλτούρα (subculture). Η υποκουλτούρα (Αστρινάκης, 1991:6) αναφέρεται ως μια εννοιολογική κατασκευή ή μοντέλο η οποία δεν γίνεται αντιληπτή ορατά. Εν ολίγοις, υποκουλτούρα μπορεί να θεωρηθεί ένα κομμάτι μια γενικότερης κουλτούρας. Για να θεωρήσουμε λοιπόν το graffiti υποκουλτούρα, χρειάζεται να κάνουμε μια σύντομη αναφορά και στην έννοια της κουλτούρας. Σύμφωνα με τους Πασχαλίδη και Χαμπούρη (2002:23), οι εθνολόγοι Κρέμπερ και Κλάκχον κατέγραψαν 164 διαφορετικούς ορισμούς της κουλτούρας.

Κατά καιρούς, έχουν προταθεί διάφοροι ορισμοί, ανάλογα με τη σκοπιά αντιμετώπισης της κουλτούρας. Ο ορισμός της κουλτούρας κατά τον Williams (1963:6-8) είναι ότι είναι «ένας συνολικός τρόπος ζωής» και είναι σήμερα ευρύτερα αποδεκτός. Πιο συγκεκριμένα, ο Williams συμπεριλαμβάνει και την παράδοση αλλά και την καινοτομία, την υψηλή τέχνη αλλά και τη μαζική κουλτούρα, τα συλλογικά έργα αλλά και την αυτόνομη δημιουργία. Από την άλλη, ο Μαρκούζε (1984:27) ξεκινώντας από τον ορισμό της κουλτούρας που έχει δώσει ο Webster αναφέρει ότι «η κουλτούρα πρέπει να νοηθεί ως το σύμπλεγμα των ειδικών πεποιθήσεων, δοξασιών, επιτευγμάτων, παραδόσεων κλπ., που σχηματίζουν το φόντο μιας κοινωνίας».

Ο Αστρινάκης (ό.π.) επίσης παρατηρεί ότι «υπάρχουν τρία είδη υποκουλτούρας: αυτή που δημιουργείται μέσα στην κυρίαρχη κουλτούρα, αυτή που δημιουργείται λόγω επαφής με μια νέα κουλτούρα και τέλος αυτή που συμβαίνει λόγω της ανάγκης αρνητικής έκφρασης στο κοινωνικό, οικονομικό και πολιτιστικό γίνεσθαι». Σύμφωνα με την παραπάνω διάκριση, μπορούμε να κατατάξουμε το graffiti στην κατηγορία της υποκουλτούρας που δημιουργήθηκε για να εκφράσει την αντίθεσή της στο πνεύμα της εποχής, αφού αναδείχθηκε μέσα από τις υποβαθμισμένες συνοικίες της Νέας Υόρκης.

Το graffiti σήμερα ταυτίζεται με την hip-hop υποκουλτούρα, δηλαδή με το μουσικό κίνημα που ξεκίνησε στη Νέα Υόρκη τη δεκαετία του 1970. Πιο συγκεκριμένα, ένας από τους ιδρυτές του, ο Afrika Bambaataa (Τσιροπούλου, 2011) συνέβαλε στον καθορισμό των τεσσάρων στοιχείων της hip-hop κουλτούρας (μετέπειτα 5) και τη διέδωσε σε όλο τον κόσμο, σπάζοντας κάθε μουσικό σύνορο. Ο ίδιος, σε συνέντευξή του, περιγράφει τη γέννηση του hip hop: «Ήταν κάτι που συνέβαινε στους δρόμους και άρχιζε να διαδίδεται σε όλη την πόλη της Νέας Υόρκης, σε εκείνα τα τραγικά χρόνια. Πολλοί άνθρωποι ερχόντουσαν στα πάρτυ, που διοργανώναμε τότε, για να ακούσουν αυτόν τον καινούριο ήχο, που δημιουργούνταν στους δρόμους και το ονομάσαμε hip-hop. Έτσι, γεννήθηκε ένα νέο πολιτιστικό κίνημα, το οποίο ταξιδεύει από τότε σε όλον τον κόσμο, χωρίς να γνωρίζει σύνορα και αυτό θεωρώ ότι είναι το μεγαλύτερο κατόρθωμά μας». Στο παράρτημα του βιβλίου «Urban Cries» ο Simons (2006) αναφέρεται στις 5 θεμελιώδεις αρχές της hip hop που αποτελούν τα βασικά στοιχεία που την τεκμηριώνουν ως κουλτούρα:

- α. Deejay-ing: είναι η τεχνική δημιουργίας νέων ήχων μετά από μείξη τραγουδιών,
- β. Emceeing: αποτελείται από την παραγωγή στίχων με ρίμα,
- γ. Break Dancing: είναι η τέχνη του δυναμικού χορού της hip hop και εκφράζει την αντοχή, την ικανότητα, την ισορροπία και τη δημιουργικότητα,
- δ. Graffiti: είναι η αποτύπωση σε τοίχους κυρίως και περιλαμβάνει ζωγραφιές ή υπογραφές

(tags),

ε. Γνώση: το πέμπτο στοιχείο, συνδυάζει ολιστικά τα τέσσερα πρώτα.

Όμως, παρατηρώντας κανείς την ιστορία και την εξέλιξή του, μπορεί εύκολα να αντιληφθεί πως ναι μεν μοιράζεται πολλά κοινά με την hip hop υποκουλτούρα όμως δεν υπάρχει ταύτιση. Το graffiti είναι το επίτευγμα του κάθε writer και ανάλογα με το πόσο επιτυχημένος είναι εντάσσεται στην υποκουλτούρα του, ασχέτως ενδυματολογικών, μουσικών ή άλλων επιλογών που χαρακτηρίζουν συνολικά τη hip-hop υποκουλτούρα. Ο Ganz εξάλλου (2004:374) αναφερόμενος στη street art την ορίζει ως «την ανεξάρτητη μορφή και έκφραση τέχνης η οποία έχει παλαιότερες ρίζες και δεν έχει επηρεαστεί από το hip-hop. Στις μέρες μας συχνά ο όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει ως γενική έννοια την τέχνη που συμβαίνει στο δημόσιο χώρο των αστικών κέντρων». Εφόσον λοιπόν το graffiti είναι η κατεξοχήν έκφραση της τέχνης του δρόμου, γίνεται αντιληπτό ότι, αν και υπάρχει ισχυρή σχέση του graffiti και της hip hop κουλτούρας αφού το graffiti διαδόθηκε και μέσω αυτής, τα διαχωρίζει η παρανομία του ενός και η νομιμότητα του άλλου καθώς και η χρονολογική διαφορά στην έναρξή τους ως κινημάτων.

1.5 Η εξέλιξη του graffiti στην Ελλάδα

Ένα περίγραμμα της εξέλιξης του graffiti στην Ελλάδα από το 1998 (Πάγκαλος, 2008) ως το 2008 αναφέρει ότι «το 1998 το γκραφίτι μετράει περίπου επτά χρόνια από την εμφάνιση των πρώτων έργων και περίπου τρία χρόνια από τότε που οι λιγοστοί writers άρχισαν να γνωρίζονται μεταξύ τους. Η χρονιά αυτή όμως υπήρξε καθοριστική γιατί άρχισε να εντείνεται (ως τότε υπήρχαν πολλά νόμιμα pieces σε σχολεία γιατί το graffiti στην Ελλάδα ξεκίνησε κυρίως με την πιο ζωγραφική εκδοχή του και λιγότερο με tags και bombs), το παράνομο γκραφίτι με το συστηματικό βάψιμο των βαγονιών του ΟΣΕ και του ΗΣΑΠ αλλά και των περιοχών της Θεσσαλονίκης και της Αθήνας. Συγχρόνως, είναι η χρονιά που εμφανίζονται γκραφίτι περιοδικά από το εξωτερικό, με αποτέλεσμα η πρόσβαση σε αυτό να είναι ευκολότερη. Έχει ήδη κυκλοφορήσει το φανζίν Βαλβίδα Εκτόνωσης Πιέσεων που την επόμενη χρονιά θα εξελιχθεί στο πρώτο εντόπιο έγχρωμο γκραφίτι περιοδικό, και θα ακολουθήσουν το φανζίν Swag Life, και τα περιοδικά TsuTsu, Carpe Diem, Undercover και αργότερα το Vandal Art, ενώ είχε εκδοθεί και το βιβλίο Το graffiti στην Ελλάδα. Το γκραφίτι παράλληλα εμφανίζεται σε πολλές επαρχιακές πόλεις και οι μετακινήσεις των writers εντός και εκτός της Ελλάδας είναι συχνές καθώς επίσης και οι επισκέψεις writers από το

εξωτερικό. Αξιοσημείωτο είναι ότι στην ελληνική σκηνή τότε υπήρχαν διαφορετικές τάσεις και προσεγγίσεις, τόσο ως προς την αισθητική αλλά και την κοινωνική αντίληψη του θέματος. Επίσης, το Σεπτέμβριο αυτής της χρονιάς πραγματοποιείται το μεγαλύτερο μέχρι τότε φεστιβάλ γκραφίτι στην οδό Ερμού, στην Αθήνα. Μαζί με όλα αυτά, είναι τακτική και η αρθρογραφία στον Τύπο για την έλευση του «καινούριου φαινομένου», και το «χρώμα στο γκρίζο της πόλης». Η ενασχόληση με το graffiti σε αυτό το βαθμό διήρκεσε περίπου 2-3 χρόνια για να αρχίσει να ανεβαίνει ξανά από το 2004. Τότε είναι και η γνωριμία με την street art στην Ελλάδα, όμως και το γκραφίτι, ιδιαίτερα μετά το τέλος των Ολυμπιακών Αγώνων αρχίζει να αναζωογονείται. Σήμερα, οι street art επεμβάσεις είναι πάρα πολλές, αλλά μάλλον συγκεντρωμένες σε περιοχές και όχι τόσο διασπαρμένες στην πόλη. Το χαρακτηριστικό της περιόδου που διανύουμε στη χώρα μας είναι μια πρωτοφανής προβολή της street art, και κάπως λιγότερο του γκραφίτι (η street art είναι πιο εμπορική), από τα εξώφυλλα των free-press, των εφημερίδων και των lifestyle περιοδικών μέχρι τις διαφημίσεις του υφυπουργείου Νέας Γενιάς».

Ο Ιωσηφίδης (2007:6) περιγράφοντας τη δραστηριότητα του graffiti στην Ελλάδα παρατηρεί ότι «Συνθήματα, ιδεογράμματα, κώδικες, φόρμες, σύμβολα κ.ά. αποτυπώνονται σήμερα στον καμβά των δρόμων, μέσα από την τεχνική του stencil, του αυτοκόλλητου, της αφίσας, του μαρκαδόρου και λογής λογής άλλων υλικών. (...) Στην Ελλάδα με την προϊστορία των πολιτικών συνθημάτων, τη στενή επαφή και των writers με τους πυρήνες της graffiti-art στην Ευρώπη και την Αμερική, το νέο αυτό ρεύμα και οι τεχνικές δεν άργησαν να βρουν το δρόμο τους. Σε περιορισμένη κλίμακα προς το παρόν, εισβάλλουν στην πόλη με συνθήματα, ονόματα, σύμβολα και εικόνες».

Ο Ganz (2004:128) αναφέρει ότι στην Ελλάδα δόθηκε μεγάλη ώθηση με το φεστιβάλ Chromopolis (2004) και κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών πρωτοπόροι του είδους, όπως ο Στέλιος Φαϊτάκης (Bizare) ή ο Βαγγέλης Χούρσογλου (Woozy) συνεχίζουν να αφήνουν το στίγμα τους καθώς επίσης και νέοι καλλιτέχνες αναδύονται συνεχώς. Πιο συγκεκριμένα, (Περιοδικό Carpe Diem, τεύχος 6, 2002), στο φεστιβάλ Χρωμόπολις δέκα «γκρίζες» επιφάνειες σε δημόσια και ιδιωτικά κτήρια σε δέκα πόλεις στην Ελλάδα ντύθηκαν με ένα πέπλο χρώματος, σε πρωτοποριακά σχέδια και εικόνες, βασισμένα στην τέχνη και στην τεχνική του graffiti, σε ένα μοναδικό πολιτιστικό γεγονός το καλοκαίρι του 2002. (...) Συμμετείχαν σε αυτό συμβολικά 2 καλλιτέχνες από κάθε ήπειρο και αναδείχτηκε σε ένα από τα μεγαλύτερα πολιτιστικά project λόγω του μεγέθους και της ποιότητας των έργων που δημιουργήθηκαν καθώς και της συμμετοχής και της συνεργασίας καλλιτεχνών από όλο τον κόσμο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄

ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ GRAFFITI, ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΙ ΤΟΥ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Τα είδη του graffiti

Αν και δεν υπάρχουν πολλές μελέτες για τα είδη του graffiti, η καλλιτεχνική παραγωγή έχει ως τώρα αναδείξει κάποια είδη που αναγνωρίζονται σχετικά εύκολα από κάποιον που είναι γνώστης των τεχνοτροπιών. Τα είδη του graffiti (Ganz, 2004:374) είναι: το tag δηλαδή η γραφή του ονόματος-υπογραφής με περίτεχνο τρόπο, το bombing δηλαδή τα κομμάτια που συνήθως γίνονται γρήγορα και παράνομα (throw-ups) και το piece, που είναι συντομογραφία του masterpiece και αναφέρεται σε κομμάτια που είναι ζωγραφισμένα με spray (συνήθως με γράμματα) τα οποία περιβάλλονται από πλαίσιο. Τα murals, που εξετάζουμε στην παρούσα εργασία ως χαρακτηριστικές δημιουργίες της ομάδας Carpe Diem, είναι οι τοιχογραφίες που φτιάχνονται κυρίως σε τοίχους οικοδομημάτων και ζωγραφίζονται είτε με spray είτε με πινέλο. Επίσης, είδη θεωρούνται και τα stickers (αυτοκόλλητα) τα οποία αρχικά έγραφαν «my name is...» και σε εκείνο το σημείο κάποιος έγραφε το όνομά του και αργότερα χρησιμοποιήθηκαν και stickers μεγάλου μεγέθους που απεικόνιζαν οτιδήποτε. Στη συνέχεια τα stickers σχεδόν αντικαταστάθηκαν από τα posters (αφίσες) καθώς με αυτά δημιουργούνταν μεγάλες επιφάνειες πιο εύκολα.

Παράλληλα, και όσο το graffiti εξελισσόταν, αναπτύχθηκαν και νέες μέθοδοι. Ένα δημοφιλές είδος λοιπόν είναι (Ανδριωτάκης, 2005:13-14) το stencil, δηλαδή μια τεχνική στην οποία σε ένα χαρτί σχεδιάζεται ένα μοτίβο σαν πατρόν και στη συνέχεια κόβονται τα σημεία που θα βαφτούν μετά με το spray (πολλές φορές το stencil σχεδιάζεται και με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή). Τα τελευταία χρόνια παρατηρούνται όλο και περισσότερες νέες τεχνικές όπως είναι το negative graffiti (Morgan, 2009) με πρωτοπόρο του είδους τον El Mac, δηλαδή το graffiti που είναι φτιαγμένο σαν να βλέπει κανείς το αρνητικό της αρχικής εικόνας ή τα τρισδιάστατα graffiti (Galilee, 2008) που κατασκευάζει ο Πολωνός Krystian Czaplicki, γνωστός ως «Truth», ο οποίος μετά από μια επταετή θητεία ως graffiti writer, άφησε πίσω του τις παραδοσιακές μεθόδους για να πειραματιστεί με νέες τεχνικές, χρησιμοποιώντας γεωμετρικά στοιχεία από πολυστυρένιο με τα οποία κάνει installations (εγκαταστάσεις).

2.2 Τα χαρακτηριστικά του graffiti

Ο Πάγκαλος (2008) αναφέρει ότι οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να μιλήσει κανείς για το γκραφίτι είναι πολλοί και διαφορετικοί γιατί ο όρος γκραφίτι είναι πολύ ευρύς και μπορεί να είναι από πολύ γενικός ως πολύ ειδικός, η πράξη του έχει ποικίλες εκδοχές, τόσο σήμερα όσο και σε περασμένους αιώνες, ή στην αρχαιότητα, και επίσης ο καθένας το αντιλαμβάνεται διαφορετικά.

Υπάρχουν όμως κάποια χαρακτηριστικά που συναντώνται στο μεγαλύτερο μέρος των graffiti. Δύο από τα κύρια χαρακτηριστικά του, όπως εύστοχα αναφέρεται από τον Ανδριωτάκη (2005:18-19), είναι ο εφήμερος χαρακτήρας του και η άμεση επικοινωνία του με το κοινό. Συγκεκριμένα «οτιδήποτε επιπλέει στον δημόσιο χώρο, γίνεται αυτόματα αντικείμενο άμεσης κριτικής. (...) Αν δε σου αρέσει κάποιο έργο, αν θεωρείς ότι σε προσβάλλει ή ότι ρυπαίνει, μπορείς να το καταστρέψεις». Όπως είναι αυτονόητο, «μεταξύ δημιουργού και θεατή δεν παρεμβάλλεται τίποτα και κανένας. Ο δράστης επικοινωνεί απευθείας τα μηνύματα ή τις αισθητικές του προτάσεις χωρίς να επιζητά αξιολόγηση από ειδήμονες, κριτικούς ή εμπόρους».

Πέρα λοιπόν από την εφήμερη διάστασή του και από την άμεση επικοινωνία του με το κοινό, ένα άλλα χαρακτηριστικό του είναι η παραβατικότητα (εφόσον δε γίνεται σε νόμιμο και προσυμφωνημένο πλαίσιο) και η ανάγκη πολλών writers να ομαδοποιούνται. Ο Βαρελάς (2008) πιο συγκεκριμένα αναφέρει ότι το γκραφίτι, αλλά και το γενικότερο πλαίσιο της τέχνης του δρόμου, χαρακτηρίζεται κατά ένα μέρος και μεταξύ άλλων, από την πρακτική της παραβατικότητας αλλά και τον σχηματισμό κοινοτικών ιδιωμάτων (π.χ. σχηματισμός ομάδων με κοινή δράση και αναφορές και, πολλές φορές, κοινό εκφραστικό ιδίωμα). (...) Οι δε γκραφιτάδες σχηματίζουν ή έστω σχημάτιζαν ως σύνολο, κοινότητα με σαφές σχήμα και κώδικες. Το δε κοινό τους δεν ήταν άλλο από τον οποιονδήποτε τύχει να δει το «κομμάτι» και οι μορφολογικές τους ιδιομορφίες στο σύνολό τους αναφέρονται-πατάνε σε ένα παραδομένο πρότυπο και εξελίσσονται με βάση τον αυτοσχεδιασμό αλλά και τη συμβιωτική σχέση των δημιουργών (ο ένας επηρεάζει τον άλλον και ούτω καθεξής).

Από τα παραπάνω συνάγεται με σαφήνεια ότι, αν και υπάρχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά στη δημιουργία graffiti, εν τούτοις είναι ένα καλλιτεχνικό κίνημα που εμφανίζει διάφορες παραλλάξεις, τόσο στις τεχνοτροπίες όσο και στις ομάδες που το δημιουργούν. Ας μην ξεχνάμε εξάλλου ότι υπάρχει και το νόμιμο αλλά και το παράνομο graffiti, και το απλό tag αλλά και η καλλιτεχνική τοιχογραφία, και οι writers που είναι

αυτοδίδακτοι αλλά και οι ζωγράφοι της Σχολής Καλών Τεχνών οι οποίοι δημιουργούν περισσότερο καλλιτεχνικές τοιχογραφίες παρά tags και τις πιο πολλές φορές νόμιμα. Η πραγματικότητα αυτή λοιπόν μας οδηγεί στο να αντιληφθούμε ότι είναι ένα σύνθετο καλλιτεχνικό φαινόμενο.

2.3 Οι βασικοί εκπρόσωποι του graffiti στο εξωτερικό και στην Ελλάδα

Το να αναφερθεί κανείς στους βασικούς εκπροσώπους του graffiti αποτελεί ζήτημα μακράς ανάλυσης η οποία δεν κρίνεται αναγκαία στην παρούσα μελέτη. Όμως, μια σύντομη αναφορά μπορεί να γίνει παρουσιάζοντας την έκθεση που πραγματοποιείται φέτος στο Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης του Los Angeles με τίτλο «Art in the streets» (<http://www.moca.org/museum/exhibitiondetail.php?id=443>) και διοργανώνεται από τον Jeffrey Deitch σε συνεργασία με τους επιμελητές Roger Gastman και Aaron Rose. Η έκθεση αυτή είναι η μεγαλύτερη που έγινε ποτέ σε μουσείο και αφορά στο graffiti και τη street art. Η έκθεση ανιχνεύει τη δημιουργία του graffiti από τη δεκαετία του 1970 και φτάνει στη διάδοσή του ως σημερινό παγκόσμιο κίνημα. Επικεντρώνεται σε βασικές πόλεις όπως είναι η Νέα Υόρκη, το Λος Άντζελες, το Σαν Φρανσίσκο, το Λονδίνο και το Σάο Πάολο, όπου αναπτύχθηκε και εξελίχθηκε μια μοναδική οπτική γλώσσα και τάση. Η έκθεση περιλαμβάνει έργα ζωγραφικής, καθώς και διαδραστικές εγκαταστάσεις των 50 πιο σημαντικών καλλιτεχνών. «Το Art in the Streets είναι η πρώτη έκθεση που τοποθετεί το έργο των πιο σημαντικών καλλιτεχνών που αναδείχθηκαν από την κουλτούρα του δρόμου στο πλαίσιο της σύγχρονης ιστορίας της τέχνης», δηλώνει ο διευθυντής του MOCA Jeffrey Deitch (Winter, 2011). Η έκθεση παρουσιάζει εγκαταστάσεις της παγκόσμιας κοινότητας του γκραφίτι και της street art, συμπεριλαμβανομένων των Banksy (Λονδίνο), Ben Eine (Λονδίνο), Fab 5 Freddy (Νέα Υόρκη), Lee Quiñones (Νέα Υόρκη), Futura (Νέα Υόρκη), Margaret Kilgallen (Σαν Φρανσίσκο), Swoon (Νέα Υόρκη), Shepard Fairey (Λος Άντζελες), Os Gemeos (Σάο Πάολο), JR (Παρίσι), Blu (Ιταλία), Phil Frost (Νέα Υόρκη), Todd James (Νέα Υόρκη), Lady Pink (Εκουαδόρ), Barry McGee (Σαν Φρανσίσκο), Steve Powers (Νέα Υόρκη), Kenny Scharf (Νέα Υόρκη) και Ed Templeton (Καλιφόρνια). Επίσης, περιλαμβάνει ρετροσπεκτίβα του Keith Haring και του Jean-Michel Basquiat που είναι οι 2 κυριότεροι εκπρόσωποι της graffiti σκηνής. Ακόμη, αξίζει να αναφερθεί και η συμμετοχή του Έλληνα καλλιτέχνη Στέλιου Φαϊτάκη. Τέλος, στη λίστα με τους 50 καλύτερους street artists του κόσμου του

νεοϋορκέζικου περιοδικού Complex (Buck, 2011) αναφέρονται με την ακόλουθη σειρά οι: Blu, Os Gemeos, JR, Roa, Banksy, Escif, Sam3, Vhlis, Interesni Kazki, Boxi, κ.ά.

Όσον αφορά στην ελληνική σκηνή, εκτενής αναφορά θα γίνει στην ομάδα Carpe Diem αφού είναι η μελέτη περίπτωσης της παρούσας έρευνας. Η συγκεκριμένη ομάδα επιλέχτηκε για μελέτη λόγω της έντονης δράσης της στην Ελλάδα και στο εξωτερικό αφού πολλά από τα μέλη της, όπως οι Os Gemeos από τη Βραζιλία ή ο Βαγγέλης Χούρσογλου (Woozy) από την Ελλάδα, θεωρούνται εκπρόσωποι του graffiti στη διεθνή σκηνή και έργα τους υπάρχουν σε διάφορες χώρες του κόσμου.

2.4 Ο τρόπος αντιμετώπισης του graffiti στο πεδίο της σύγχρονης τέχνης και η διάδοσή του σήμερα

Το 1972 (Δρακάκης, 2011), ο φοιτητής κοινωνιολογίας Hugo Martinez, ιδρύει την United Graffiti Association, σε μια προσπάθεια να αναγνωριστεί το graffiti ως μορφή τέχνης αλλά παρόλο που η οργάνωση έκανε απόπειρες να εκθέσει σε γκαλερί, ο καλλιτεχνικός κόσμος έμεινε αδιάφορος. Μερικά χρόνια αργότερα παρόλα αυτά κάποιες gallery της Νέας Υόρκης αποφάσισαν να εκθέσουν έργα και μερικοί συλλέκτες και μουσεία αγόρασαν έναν πολύ μικρό αριθμό. Αυτή ακριβώς η περίοδος δημιούργησε έναν έντονο προβληματισμό που κρατάει μέχρι και σήμερα. Η street art δεν έχει όρια, περιλαμβάνει διάφορες τεχνικές και επιπρόσθετα είναι ένας αρκετά γενικευμένος όρος που απορροφά την παραβατικότητα του graffiti και μάλιστα οι εκπρόσωποί της συχνά δέχονται παραγγελίες για να δημιουργήσουν. Δηλαδή για να δώσουμε ένα καθαρά ελληνικό παράδειγμα, το graffiti (τεχνική) στους τοίχους της Τεχνόπολης στο Γκάζι θεωρείται για τους ακαδημαϊκούς Street Art και όχι Graffiti, ακριβώς επειδή υπήρχε άδεια για να γίνει κάτι τέτοιο, υπήρχε ανάθεση και όχι καταπάτηση-βανδαλισμός περιουσίας.

Η παρούσα μελέτη έχει ως αφετηρία την παραδοχή ότι το graffiti είναι τέχνη εκτός από τεχνική και δε θεωρείται βανδαλισμός. Σαφώς υπάρχει διαφορά στην αντιμετώπιση ενός απλού tag σε σχέση με μια καλλιτεχνική τοιχογραφία. Οι απόψεις δίστανται καθώς οι συντηρητικοί κριτικοί της τέχνης το αντιμετωπίζουν ως βανδαλισμό ή φθορά ξένης περιουσίας και οι πιο ριζοσπαστικοί το αναγνωρίζουν ως τέχνη και το τοποθετούν στο πεδίο της σύγχρονης τέχνης. Ο Στηβ Λαζαρίδης (2009:4), γκαλερίστας και μάνατζερ καλλιτεχνών, υπεύθυνος για την ανάδειξη του διάσημου καλλιτέχνη Banksy, δηλώνει ότι μισεί τις

κατηγοριοποιήσεις και τα καλλιτεχνικά είδη. Αναφέρει ότι (ό.π. 2008:4) «φαίνεται πράγματι τρελό μια ζωγραφιά να κατακρίνεται ότι δεν είναι τέχνη». Παράλληλα, ο Ανδριωτάκης παρατηρεί (2005:17) ότι «για όσους αναρωτιούνται αν είναι τέχνη ή τεχνική, η απάντηση είναι μάλλον αδύνατο να δοθεί. (...) Είναι ένα μέσο μόνο, με το οποίο κανείς μπορεί να δημιουργήσει εκτρώματα ή να μεγαλουργήσει. Με αυτή την έννοια συνιστά μια τεχνική, αλλά με μια άλλη, που θέλει οτιδήποτε υπερβαίνει την απλή χρηστικότητα να είναι έργο τέχνης, τότε συνιστά ένα είδος τέχνης». Ο ιστορικός τέχνης Μάνος Στεφανίδης, στο ντοκιμαντέρ «Αστικός κώδικας: η τέχνη του δρόμου¹» θεωρεί το graffiti, λόγω της ύπαρξής του στις τοιχογραφίες της αρχαιότητας, μια συνοπτική ιστορία της τέχνης. Πιστεύει ότι πρέπει να αντιμετωπίζουμε τον τοίχο ως ένα πολύτιμο κοινωνιολογικό στοιχείο. Δέχεται ότι αποτελεί παρανομία αλλά το θεωρεί μια τέχνη που δεν έχει νόρμες. Υποστηρίζει την ανάπτυξη του αλλά είναι κατά των παρεμβάσεων σε μνημεία και άλλους χώρους στους οποίους μπορεί να θεωρηθεί βανδαλισμός. Πιστεύει ότι το graffiti συχνά δεν αρέσει όχι μόνο γιατί «ρυπαίνει» κατά κάποιους αλλά και επειδή μιλά για κοινωνική δικαιοσύνη και αυτό ενδεχομένως ενοχλεί. Τέλος, ανησυχεί ότι μπορεί να υπάρξει ο ιδεολογικός θάνατος του graffiti αν αυτό γίνει μόδα, τόσο στους δημόσιους χώρους όσο και στις γκαλερί, χάνοντας έτσι τον αυθορμητισμό του και την προσπάθειά του που είναι να αφήνει το ίχνος του και την ταυτότητά του στον αστικό ιστό.

Για να γίνει αντιληπτό το ιδεολογικό υπόβαθρο βάσει του οποίου κρίνει κανείς τη graffiti υποκουλτούρα, είναι αναγκαίο να διασαφηνιστούν οι έννοιες εθνοκεντρισμός και πολιτισμικός σχετικισμός. Εθνοκεντρισμό (Πασχαλίδης – Χαμπούρη, 2002:80) συνιστά η τάση να εκτιμώνται τα ήθη, τα έθιμα, η τέχνη και οι θεσμοί μιας κοινωνίας, με άλλα λόγια η κουλτούρα της, ως ανώτερη όλων των άλλων ενώ ο πολιτισμικός σχετικισμός έγκειται στην αποφυγή του εθνοκεντρισμού και πιο συγκεκριμένα στην αρχή σύμφωνα με την οποία κάθε διαφορετική κουλτούρα πρέπει να εξετάζεται ως ένας αυτοδύναμος κόσμος, με τους δικούς του ιδιαίτερους όρους. Σε αντίθεση, συνεπώς, με τις αυθαίρετες αξιολογήσεις στις οποίες οδηγεί ο εθνοκεντρισμός, ο πολιτισμικός σχετικισμός ενθαρρύνει την εκτίμηση και την κατανόηση της πολιτισμικής ποικιλίας. Για να θεωρηθεί το graffiti τέχνη και όχι βανδαλισμός χρειάζεται αντίληψη του σύγχρονου πολιτιστικού τοπίου και της σύγχρονης καλλιτεχνικής παραγωγής. Κάθε graffiti πέρα από την εφήμερη διάστασή του, δεν παύει να απολαμβάνει μια αυτονομία, είτε είναι νόμιμο είτε παράνομο. Εξάλλου, ο Adorno (1963:19-

¹ <http://www.doctv.gr/page.aspx?itemID=SPG169>

23) παρατήρησε ήδη από το 1963 ότι «η αυτονομία των έργων τέχνης, που ζήτημα είναι αν ποτέ κυριάρχησε σε εντελώς καθαρή μορφή και πάντοτε ήταν ανάμικτη με υπολογισμούς απήχησης, τείνει να παραμεριστεί από την πολιτιστική βιομηχανία (...). Ολόκληρη η πρακτική της πολιτιστικής βιομηχανίας μεταφέρει το κερδοσκοπικό κίνητρο αυτούσιο στα πνευματικά μορφώματα».

Παράλληλα, με την άνθιση της street art παρατηρείται ότι τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, με κυρίαρχο τα τελευταία χρόνια το διαδίκτυο, δίνουν μεγάλη ώθηση στην προβολή της τέχνης του δρόμου. Ο Snyder (2006:94) παρατηρεί ότι «στις αρχές της δεκαετίας του 1980, με τους writers να αντιμετωπίζονται ως αστέρες από κάποιες γκαλερί και από τον Τύπο, η τεκμηρίωση της υποκουλτούρας του graffiti έγινε από κάποιους οι οποίοι έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον να υπερασπιστούν και να προωθήσουν την τέχνη αυτή. Ο Henry Chalfant και η Martha Cooper για παράδειγμα ένωσαν τις δυνάμεις τους το 1984 και εξέδωσαν το βιβλίο Subway Art, ένα φωτογραφικό λεύκωμα με μερικά από τα καλύτερα graffiti στο μετρό. Επίσης, το 1987 ο Chalfant συνεργάστηκε με τον James Prigoff για το βιβλίο Spraycan Art, το οποίο τεκμηριώνει τα επιτεύγματα των writers στην Αμερική και στον υπόλοιπο κόσμο. Τα βιβλία αυτά, μαζί με τις ταινίες Wildstyle (1982) και Style Wars (1985), διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στη διάδοση του graffiti πέρα από την Αμερική. Επίσης, οι ίδιοι οι writers άρχισαν να προωθούν ενεργά τα έργα τους, αρχικά μέσω φωτογραφιών και στην πορεία με τη έκθεσή τους σε περιοδικά, βίντεο, κτλ.».

Διάσημα μουσεία, όπως η πρωτοπόρος Tate Modern στο Λονδίνο διοργάνωσε το 2008 (<http://www.tate.org.uk/modern/eventseducation/talksdiscussions/15719.htm>), στα πλαίσια της δραστηριότητας «Street Art Talks» την ομιλία-αντιπαράθεση «Graffiti: Utopia or a bit boring?» προκειμένου να συζητηθεί από τους κριτικούς Ben Lewis και Ossian Ward αν η street art είναι βανδαλισμός (κατά τον Lewis) ή ένα νόμιμο πολιτιστικό κίνημα (κατά τον Ward). Το ίδιο διάστημα, άρθρο στην Independent του Λονδίνου (Akbar and Vallely, 2008), αναφέρει ότι μια ομάδα καλλιτεχνών graffiti στο Λονδίνο καταδικάστηκε σε δύο χρόνια φυλάκισης για φθορά δημόσιας περιουσίας ενώ παράλληλα τα έργα τους πρόκειται να εκτεθούν σε μια γκαλερί στη Νέα Υόρκη. Την ώρα που το δικαστήριο του Λονδίνου ανακοίνωνε την καταδικαστική του απόφαση για τα πέντε μέλη της ομάδας DPM, η πρόσοψη της Tate Modern είχε καλυφθεί με ένα τεράστιο πανό το οποίο ανήγγελλε την πρώτη έκθεση σε μεγάλο μουσείο έξι καλλιτεχνών του δρόμου που πλέον η φήμη τους έχει ξεπεράσει τα σύνορα της πατρίδας τους.

Στο άρθρο «Πρωτοπορία και επενδύσεις» αναφέρεται χαρακτηριστικά (Αναστασόπουλος, 2010) ότι «όταν ο Νόρμαν Μέιλερ το '74 στο περίφημο βιβλίο «the faith

of graffiti» πίστευε ότι τα γκράφιτι στους δρόμους της Νέας Υόρκης που συνόδευαν την έκδοση ήταν αντίστοιχης καλλιτεχνικής αξίας με τους πίνακες του Τζιότο, που σημάδεψαν την Αναγέννηση, σίγουρα δεν φανταζόταν μια τέτοια εξέλιξη για την τέχνη του δρόμου. Είτε «επαναστατική τέχνη» είτε βανδαλισμός, όπως το έλεγαν στο παρελθόν, πριν οι έμποροι τέχνης αποφασίσουν να το επαναφέρουν ως προϊόν, το γκράφιτι, τις τελευταίες τουλάχιστον δεκαετίες, πάντα έκρυβε μιαν αντίφαση. Από τη μια, κουβαλούσε τη ριζοσπαστική κληρονομιά που ξεκινάει από τα συνθήματα στους τοίχους που έγραφαν οι επαναστάτες στις αρχές του αιώνα. Από την άλλη, υπήρξε και ως πανδαισία των χρωμάτων στα έργα του Ζαν Μισέλ Μπασκιά, που θάμπωσε το κατεστημένο της εποχής του. Κάπως έτσι βάδισε η τέχνη του δρόμου».

Διαπιστώνεται λοιπόν εύλογα ότι, αν και οι απόψεις είναι διαφορετικές ως προς την αντιμετώπιση του graffiti, αυτό συνεχίζει να δημιουργείται και να εξαπλώνεται αδιάκοπα, διεκδικώντας έτσι ένα κεφάλαιο στη σύγχρονη τέχνη. Η ιστορική του συνέχεια πάντως υποδεικνύει ότι πέρα από ταξινομήσεις, κρίσεις και ορισμούς, το graffiti συνεχίζει αδιάλειπτα την πορεία του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ΄

Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ GRAFFITI ΣΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΧΩΡΟ

Ένα μεγάλο ζήτημα που εγείρεται όσον αφορά στο graffiti σχετίζεται με το χώρο δράσης και παρουσιάσής του. Παραδοσιακά, το graffiti ασκείται σε δημόσιους χώρους. «Η πόλη είναι ένας ζωντανός οργανισμός που μετασχηματίζεται μέσα στο χρόνο» παρατηρεί ο Παπαϊωάννου (2008:1) διαπιστώνοντας ότι (ό.π.:9), «η τέχνη ήταν άμεσα συνδεδεμένη με το χώρο κατοίκησης των ανθρώπων (...)και ο καλλιτέχνης πάντοτε προσδοκούσε την ελεύθερη και ανεμπόδιστη επικοινωνία του με τους άλλους ανθρώπους». Ο Σταυρίδης (1990:108) αναφέρεται στην έννοια της εδαφοκυριαρχίας λέγοντας ότι «Στην τάξη των όρων ιδιωτικό-δημόσιο περιλαμβάνεται και η έννοια της εδαφοκυριαρχίας. Πρόκειται για μια έννοια που μπορεί να δηλώνει τη σχέση ατόμων ή κοινωνικών ομάδων με χώρους που έχουν ή θεωρούν ότι έχουν υπό την κατοχή τους». Στην κοινωνία του graffiti ως αυτονόητος χώρος δράσης θεωρείται ο δρόμος, δηλαδή ο δημόσιος χώρος. Ο Παπαϊωάννου (ό.π.:9-10) παρατηρεί σχετικά: «Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε ότι η ζωγραφική εγκαταλείπει το τελάρο και ξαναγυρνά εκεί απ' όπου ξεκίνησε. Στον τοίχο. Γίνεται ξανά τοιχογραφία (έστω και παράνομη) και συνδέεται με την αρχιτεκτονική στα πιο πολυσύχναστα σημεία της σύγχρονης πόλης. Απλώνεται στο δημόσιο χώρο και γίνεται κτήμα όλων των πολιτών, εικαστικό στοιχείο ή σχολιασμός της καθημερινότητας. (...)Η τέχνη, έστω και με ανορθόδοξο τρόπο πλησιάζει ξανά τους απλούς πολίτες, στην πιο άμεση μορφή της, ως έκφραση διαμαρτυρίας και αντίδρασης για το ανοίκειο, εχθρικό και απάνθρωπο περιβάλλον των σύγχρονων μεγαλουπόλεων». Παρατηρείται δηλαδή ότι το graffiti αλλά και η street art γενικότερα, συμβαίνουν προκειμένου να διεκδικήσουν, να οικειοποιηθούν αλλά και να βελτιώσουν το δημόσιο χώρο, ένα χώρο που καθημερινά αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής όλων στα αστικά κέντρα.

Τα τελευταία χρόνια όμως παρατηρείται μια στροφή των γκαλερί, των μουσείων αλλά και των επιμελητών στη μεταφορά του graffiti και της street art από το δημόσιο χώρο στο χώρο του μουσείου. Παράλληλα, πολλές δράσεις πραγματοποιούνται ακόμη και σε δημόσιους εξωτερικούς χώρους κατά παραγγελία κρατικών ή ιδιωτικών φορέων. Η συζήτηση για το αν το graffiti έχει θέση στα μουσεία και στις γκαλερί και αν πρέπει να απολέσει τον παραβατικό του χαρακτήρα είναι τόσο μεγάλη και ατέρμονη όσο το δίλημμα αν

το graffiti αποτελεί τέχνη ή όχι. Όπως θα δούμε παρακάτω, οι απόψεις των writers και των κριτικών της τέχνης είναι ανάμεικτες.

Υπάρχουν βέβαια και περιπτώσεις που το graffiti από πρόβλημα βανδαλισμού και ρύπανσης, με τις κατάλληλες ενέργειες έγινε τέχνη σε οργανωμένη μορφή με τη δημιουργία δημόσιων τοιχογραφιών. Ένα εξαιρετικό παράδειγμα χρήσης των graffiti είναι αυτό της Φιλαδέλφεια στην Αμερική. Το «Mural Arts Program», όπως αναφέρεται στην ιστοσελίδα του <http://muralarts.org/about/history> ξεκίνησε το 1984 μέσω του Δικτύου Anti-Graffiti της Φιλαδέλφεια, που είχε δημιουργηθεί για την εξάλειψη του graffiti. Το Δίκτυο Anti-Graffiti προσέλαβε την τοιχογράφο, «muralist», Jane Golden να προσεγγίσει τους δημιουργούς των graffiti και να τους πείσει να αναπροσανατολίσουν τις δημιουργίες τους και να αντικαταστήσουν τα άναρχα graffiti με στοχευμένες τοιχογραφίες. Αποτελεί μια δημόσια πρωτοβουλία στην οποία συμμετέχουν δημόσιοι φορείς και πολίτες και έχει ως σκοπό την αύξηση της πρόσβασης του κοινού στην τέχνη, την αναβάθμιση εγκαταλελειμμένων αστικών περιοχών και την ένταξη κοινωνικά περιθωριοποιημένων ατόμων. Το πρόγραμμα δίνει σε αυτούς τους νέους τη δυνατότητα να αναπτύξουν τις καλλιτεχνικές τους δεξιότητες αναλαμβάνοντας ενεργό ρόλο στον εξωραϊσμό των κοινοτήτων τους.

3.1 Η οργανωμένη δημιουργία graffiti ως τέχνη

Η καλλιτεχνική τοιχογραφία, ειδικά όπως συμβαίνει συνήθως σήμερα (δηλαδή οργανωμένα και νόμιμα, σε συγκεκριμένο χώρο και με ανάθεση) αποτελεί μια πολιτιστική δραστηριότητα που αποκαλύπτει τις ανάγκες της σημερινής εποχής. Σύμφωνα με τον Παπαγεωργίου, (στο Βερνίκος κ. συν., 2005:90-91) «μια οποιαδήποτε δραστηριότητα, ατομική ή συλλογική, μπορεί να περιγραφεί ως πολιτιστική αλλά παράλληλα και ως κοινωνική, οικονομική, πολιτική κ.ο.κ.». Η πολιτιστική δραστηριότητα εντάσσεται στο χώρο των πολιτιστικών βιομηχανιών, του συνόλου δηλαδή των δραστηριοτήτων που συνδέονται με την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών του πολιτισμού, όπως και με την ολοκληρωμένη συντήρηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς μιας χώρας. Η Μπούνια (στο Βερνίκος κ. συν., 2005:40) παρατηρεί ότι «Οι σύγχρονοι μελετητές απομονώνουν ένα βασικό χαρακτηριστικό, κοινό για τις πολιτιστικές βιομηχανίες: την παραγωγή και διάθεση «κειμένων», ή με άλλα λόγια προϊόντων, ερμηνειών, που με τη σειρά τους διαμορφώνουν το πώς αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο, την κοινωνική μας συνείδηση, τον εσωτερικό μας κόσμο – τις φαντασίες, τα συναισθήματα, την ταυτότητά μας». Η γλώσσα του graffiti

χρησιμοποιείται ως μέσο έκφρασης «της ανάγκης να εντοιχίζουμε τα συναισθήματά μας και να τα μορφοποιούμε με τρόπους που να εισέρχονται στη δημόσια σφαίρα προωθώντας νέες μορφές συνείδησης», όπως υποστηρίζει ο αναπληρωτής καθηγητής Κοινωνιολογίας του ΑΠΘ, Γρηγόρης Πασχαλίδης (Υψηλάντη, 2011). Η Σαμπανίκου (στο Βερνίκος κ. συν., 2005:261) παρατηρεί ότι «μια έκθεση-σε οποιαδήποτε μορφή- εκτός από εικαστικό γεγονός αποτελεί οπωσδήποτε και ζήτημα «ταυτότητας», κυρίως όπως την ορίζει ο οργανωτής για ό,τι εκθέτει. Πρόκειται ουσιαστικά για μια αναπαράσταση ή για μια «ανακατασκευή» της ταυτότητας του Εγώ (όταν ο οργανωτής της έκθεσης αποτελεί πολιτισμικά μέρος της) ή του Άλλου (όταν αναπαριστά μια διαφορετική πολιτισμική πραγματικότητα) ».

Για τον καλλιτέχνη Β., όπως δηλώνει στο ντοκιμαντέρ «Αστικός κώδικας: η τέχνη του δρόμου», έμπνευση αποτελεί η πόλη η οποία συνεχώς μεταλλάσσεται. Η Μίχα (2008:6) αναφέρει ότι «Ο δημόσιος χώρος, δεν πρέπει να θεωρείται κάτι το στατικό και το δεδομένο, επικυρώνοντας έτσι κάποια στερεότυπα, γιατί έτσι αποδυναμώνεται η λειτουργία του ως πεδίου πολλαπλών και πολύπλοκων αλληλεπιδράσεων, ανοικτού στη διαφορετικότητα και στις ποικίλες κοινωνικές ταυτότητες». Η άποψη ενός διάσημου στις μέρες μας graffiti artist-εικαστικού, του HOPE είναι ότι (όπως αναφέρεται στον Ιωσηφίδη, 2007:90) «Η έκθεση έργων στο δρόμο είναι από μόνη της μια πράξη επαναστατική, γι' αυτό και τα έργα που φτιάχνονται για αυτό το σκοπό έχουν το στοιχείο της τόλμης. Συνήθως τα έργα αυτά συνοδεύονται και από ένα μήνυμα, το οποίο μπορεί να διαβαστεί σωστά και να ερμηνευτεί μόνο στο φυσικό του περιβάλλον που είναι ο δρόμος. Τη στιγμή που εκθέτεις λοιπόν κάποιο έργο στο δρόμο, τότε αυτομάτως αυτό ανήκει σε όλους. (...) Στη gallery, το έργο απεκδύεται της μαζικότητας και του επαναστατικού του χαρακτήρα και απλά αντιμετωπίζεται ως μια εικαστική δημιουργία, η οποία παραπέμπει πια μόνο στη φωνή του δημιουργού, η οποία είναι και πιο αχνή».

Διαπιστώνεται λοιπόν από τα παραπάνω ότι ο ορισμός της πολιτιστικής δραστηριότητας είναι περίπλοκος, καθώς ποικίλει ανάλογα με την εποχή και τις οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες. Εξάλλου, η έννοια της δραστηριότητας στο πολιτιστικό τοπίο σχετίζεται και εξαρτάται επιπλέον και από γεωγραφικούς, ιστορικούς και άλλους παράγοντες, κάνοντας ακόμη πιο δύσκολη τη δημιουργία επιστημονικής ορολογίας. Δεν πρέπει άλλωστε να μας διαφεύγει και αυτό, ότι δηλαδή η έννοια «πολιτισμός» είναι διαφορετική από λαό σε λαό και από εποχή σε εποχή, με αποτέλεσμα η δραστηριότητα επίσης να διαφοροποιείται. Ο πολιτισμός, όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά από τους Παυλογεωργάτο-Κωνσταντόγλου (στον Βερνίκο κ. συν., 2005:61), είναι ένα ιστορικό φαινόμενο, κάθε κοινωνία έχει τη

μοναδική της κουλτούρα, η οποία αναπτύσσεται ταυτόχρονα με την εξέλιξη της κοινωνικής παραγωγής.

3.2 Η δημιουργία graffiti ως μη λεκτική μορφή επικοινωνίας

Οι δημόσιες τοιχογραφίες αλλά και όλα τα είδη του graffiti μεταδίδουν μηνύματα. Η πρόσληψη όμως του μηνύματος από τον δέκτη εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Όπως εύστοχα αναφέρεται από τον Καστόρα (2002:32), «το κάθε άτομο επιλέγει τη μορφή, την ποιότητα και την ποσότητα των μηνυμάτων που θα χρησιμοποιήσει ανάλογα με τη γενικότερη εμπειρία του, τις γνώσεις του για το περιεχόμενο των μηνυμάτων, τη συναισθηματική ή άλλη σχέση με το περιεχόμενο αυτό, τις αναστολές, τις προκαταλήψεις του καθώς και την άγνοια ή την αδυναμία του να σχηματίζει τα κατάλληλα σύμβολα για να στείλει τα μηνύματα που επιθυμεί».

Οι λέξεις είναι φορείς προκατάληψης επεσήμανε εύστοχα ο Korzybski (Korzybski :1948 στο Καστόρας, 2002:31) και αυτή η παραδοχή είναι και σήμερα αποδεκτή καθώς ζούμε αφενός στην εποχή της εικόνας και αφετέρου παρατηρείται ολοένα και περισσότερο η εφαρμογή της μη λεκτικής μορφής επικοινωνίας. Δεχόμενοι ότι οι καλλιτεχνικές τοιχογραφίες αποτελούν μια μορφή μη λεκτικής επικοινωνίας, παρατηρούμε ότι η αντιμετώπιση του graffiti ως τέχνη και εικόνα μπορεί να παρουσιάσει δύο αντίθετες όψεις στη διάδρασή του με το κοινό. Το μήνυμα που μεταδίδει μια καλλιτεχνική τοιχογραφία αποτελεί μια σιωπηλή γλώσσα και μπορεί να αναλυθεί με το μοντέλο επικοινωνίας που είναι γνωστό ως η θεωρία της συμφωνίας και της διαφωνίας.

Όπως αναφέρεται από τους ΜακΚουέιλ και Βιντάλ (2001:62-64), κάποιες φορές υπάρχει από τη μία πλευρά σύγκλιση των αντιτιθέμενων απόψεων και από την άλλη απόκλιση. Παρατηρείται λοιπόν ότι, όσο το graffiti παραμένει παράνομο και στο δρόμο, οι πολέμιοί του συμφωνούν στο ότι δεν είναι τέχνη αλλά βανδαλισμός ενώ όταν το graffiti οδηγείται στο μουσείο, αναγνωρίζεται από κριτικούς ή ακόμη γίνεται και μόδα, οι αντιτιθέμενες απόψεις αρχίζουν να αποκλίνουν και να αντιμετωπίζουν το graffiti πιο θετικά. «Ξεκίνησα την πορεία μου μέσα από τα γκραφίτι ήδη από την εφηβική μου ηλικία. Σταδιακά η τεχνική μου εξελίχθηκε και η αισθητική μου εμπλουτίστηκε χάρη και στις εμπειρίες που πήρα στο εξωτερικό, όπου οι τοιχογραφίες αποτελούν γενικευμένη πρακτική και έχουν σχεδόν περάσει στην κουλτούρα της καθημερινότητας» σχολιάζει (Ισμαηλίδου, 2010) ο Βαγγέλης Χούρσογλου (Woozy), απόφοιτος της Ανωτάτης Σχολής Καλών Τεχνών της Αθήνας και της

Λισαβόνας. Ο ίδιος έχει μετατρέψει λευκούς τοίχους σε έργα τέχνης, τόσο σε ιδιωτικές πολυκατοικίες όσο και δημόσια κτίρια. Αν και οι περισσότεροι τοιχογράφοι έχουν λάβει το βάπτισμα του πυρός μέσα από το γκραφίτι (Ισμαηλίδου, ό.π.), απολαμβάνοντας την εκφραστική ελευθερία- συχνά ακόμη και την επιθετικότητα- που αυτό επιτρέπει, όταν επιχειρούν τη «μετάβαση» στις τοιχογραφίες βρίσκονται μπροστά σε μια τεράστια διεύρυνση του κοινού τους. «Είναι γεγονός ότι στην Ελλάδα η τοιχογραφία δεν αντιμετωπίζεται με τη σοβαρότητα που θα όφειλε, υπάρχει ακόμη μεγάλη επιφυλακτικότητα και μια τάση προς τη «λογοκρισία», κυρίως από τους δημόσιους φορείς» αναφέρει ο Βαγγέλης Χούρσογλου. «Η νοοτροπία πολλών ανθρώπων δεν έχει αλλάξει και συχνά ταυτίζουν την τέχνη του δρόμου με τον βανδαλισμό. Ακούν ότι ένας καλλιτέχνης έχει καταθέσει πρόταση για να ζωγραφίσει στον τοίχο τους και συμπεριφέρονται σαν να σκοπεύει να... τους τον γκρεμίσει!» λέει χαρακτηριστικά. «Οι τοιχογραφίες είναι αστικές εικονογραφήσεις, συνεπώς τα μηνύματά τους είναι για όλους. Αντιθέτως το γκραφίτι είναι ένας αυτόνομος εικαστικός κώδικας, ο οποίος ως μορφή επικοινωνίας είναι τελείως ξέχωρος και κλειστός» προσθέτει ο καλλιτέχνης Αλέξανδρος Βασμουλάκης. Αν και οι τοιχογραφίες αποτελούν άρτια μορφή τέχνης- η οποία μάλιστα εμφανίζεται ήδη από τα προϊστορικά χρόνια με τις τοιχογραφίες των σπηλαίων και ακολουθεί την ανθρώπινη ιστορία από την αρχαιότητα ως σήμερα οι σύγχρονοι τοιχογράφοι φαίνεται ότι δυσκολεύονται να αποχωριστούν τη «ρετσινιά» της παρανομίας του γκραφίτι! Συμπερασματικά, η Σκαλτσά (1999:33) αναφέρει πως «Αν θέλουμε η Ελλάδα να παίξει κάποιο πολιτιστικό – και όχι μόνο – ρόλο στο σημερινό διεθνές γίγνεσθαι, όπως αυτό διαμορφώνεται πια με την κατάργηση των συνόρων στην Ευρώπη και τη διαμόρφωση νέων στον εγγύς μας βορρά, οφείλουμε να αντιληφθούμε τη σπουδαιότητα της πολιτιστικής παρουσίας, η οποία δε μπορεί να στηρίζεται μόνο στα των προγόνων τρόπαια. Οφείλουμε να δείξουμε και να πείσουμε ότι η Ελλάδα δίπλα στο ένδοξο παρελθόν έχει και ένα εξίσου ζωντανό παρόν».

Γίνεται λοιπόν σαφές ότι η αντιμετώπιση του graffiti δημιουργεί διλήμματα γιατί υπάρχει αφενός η προκατάληψη του βανδαλισμού αλλά αφετέρου και η πεποίθηση από μεγάλο μέρος του κοινού ότι δεν είναι «υψηλή τέχνη». Λόγω αυτής της προκατάληψης, η πρόσληψη του μηνύματος που μεταδίδει το graffiti ως μη λεκτική μορφή επικοινωνίας εμποδίζεται και κάποιες φορές δεν καταφέρνει να μεταδώσει κάτι, παρά μόνο θεωρείται μια ανούσια αντίδραση. Σαφώς, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η πεποίθηση ότι τέχνη στην Ελλάδα είναι η αρχαία πολιτιστική μας κληρονομιά και κάθε διαφορετικό και ξενόφερτο απορρίπτεται ως ακατάλληλο. Όπως εύστοχα παρατηρεί η Ζορμπά (2007) «Η έννοια του πολιτισμού που ταυτιζόταν παλιότερα με την αρχαία πολιτισμική κληρονομιά, το λαϊκό

πολιτισμό της αγροτικής ζωής και τις τέχνες, καλύπτοντας έτσι το εθνικό φαντασιακό, τη νοσταλγία της παραδοσιακής κοινοτικής ζωής και μια διαχρονική υψηλή καλλιέργεια έχει αρχίσει να υποχωρεί κάτω από την πίεση του αναφαινόμενου πολιτισμού της καθημερινότητας που δεν αφορά πια τους λίγους αλλά τους πολλούς».

Η δημόσια τέχνη όμως αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητας, προσιτό σε όλους, έτοιμη να μεταδώσει τα μηνύματά της στο κοινό χωρίς να χρειαστεί διαμεσολάβηση άλλων συνθηκών. Η Μπολωνάκη (2008:3) αναφερόμενη στη δημόσια τέχνη παρατηρεί πως «είναι ξεκάθαρο ότι η τέχνη σε μόνιμη ή σε εφήμερη μορφή, χρησιμοποιείται σήμερα στο αστικό πεδίο, είτε σαν ένα διακοσμητικό στοιχείο, δηλαδή σαν μια απλοϊκή παρέμβαση στον χώρο, είτε σαν μια μορφή ψυχαγωγίας. Επίσης αναφέρει ότι (ό.π.:4) η σύνδεση της τέχνης με τον δημόσιο χώρο με σκοπό την δημιουργία μιας σύγχρονης εικονογραφίας της πόλης, συμπίπτει με την χρονική περίοδο όπου η αρχιτεκτονική και ο αστικός σχεδιασμός έχουν εναγκαλιστεί με την αγορά και την διαφήμιση με σκοπό την οικονομική αναζωογόνηση των ιστορικών κέντρων των πόλεων.(....) Τέλος, καταλήγει (ό.π.:12) ότι η μεγαλούπολη είναι ένας τόπος που δημιουργείται και εκφράζεται από πολίτες διαφορετικών κοινωνικών τάξεων, εθνοτήτων, και οικονομικού υπόβαθρου. Είναι αυτοί οι οποίοι δημιουργούν το αστικό περιβάλλον προσδίδοντας νόημα, κοινωνική ταυτότητα και ιστορία στον χώρο. Ο δημόσιος χώρος δομείται πάνω στην ελεύθερη πρόσβαση και την έκφραση των πολιτών της. Αν τελικά θα θέλαμε να μιλήσουμε για μια πραγματικά δημόσια τέχνη τότε θα πρέπει να προσεγγίσουμε την ανώνυμη τέχνη των γκράφιτι και των λογότυπων στις όψεις των αρχιτεκτονικών κτιρίων, καθώς είναι η μόνη μορφή δημόσιας τέχνης που θεμελιώνεται στην ελευθερία έκφρασης και κοινωνικής κριτικής στο αστικό τοπίο».

Η πραγματική δημόσια τέχνη λοιπόν δεν είναι ούτε οι διαφημίσεις των εταιριών και των προϊόντων τους ούτε η προώθηση των πολιτικών κομμάτων με αναγραφόμενα πολιτικά συνθήματα σε αφίσες. Τα μηνύματα που προωθεί το graffiti είναι εκεί για να έρθουν σε επαφή με το κοινό καθημερινά. Το βέβαιο είναι εξάλλου ότι δημόσια τέχνη και οικονομικά οφέλη δεν πάνε μαζί. Όπως σημειώνει ο Σταυρίδης (1996:104), «από μια δημοκρατία της γνώμης, όσο κι αν αυτή η γνώμη πάντα αποτελούσε προϊόν διαχείρισης από τους φορείς της εξουσίας, περάσαμε ίσως σε μια δημοκρατία του γούστου, το οποίο πια διαχειρίζονται πάνω απ' όλα οι διαφημιστικές εκστρατείες, δηλαδή τα ιδιωτικά συμφέροντα, χωρίς καν τη μεσολάβηση της κρατικής εξουσίας». Παράλληλα η Ψύλλα παρατηρεί (όπως αναφέρεται από το Λαμπρόπουλο, 2009:7-8) ότι «Με δεδομένο ότι ο δημόσιος χώρος δεν είναι απλά μια εξωτερική «εικόνα» της πραγματικής ζωής η οποία ιδιωτεύει, αλλά ότι είναι ένας δυναμικός δεσμός ανάμεσα σε δρώντες θεσμούς και διαδικασίες, κοινωνικά πλαίσια και ιστορικές

(πολιτιστικές) συγκυρίες, οι υποκειμενικοί περίπατοι της νεολαίας στους δρόμους της πόλης κάθε άλλο παρά άνευ σημασίας είναι. Ήδη, οι νέοι βιώνουν αυτό που κοινωνιολογικά ονομάζουμε συνθήκη της διακινδύνευσης (youth-at-risk)², άρα και η (επι)γραφική δράση τους έχει μια, έστω και ασυνείδητη, πολιτική και κοινωνική πτυχή. Μην ξεχνάμε ότι ο διεθνής χώρος του graffiti, από τον οποίο αντλούν οι έφηβοι-νέοι τα πρότυπά τους, κινείται στα περιθώρια της κοινωνίας του θεάματος και, κατά κύριο λόγο, αντιπαρατίθεται στη διαφήμιση και στη εμπορευματοποιημένη αξία της τέχνης».

3.3 Η δύναμη του δημόσιου και η σημασία του ιδιωτικού χώρου ως μέρη δράσης τοιχογραφιών

Ο κατεξοχήν χώρος του graffiti όπως προαναφέρθηκε είναι ο δημόσιος. Εκεί ξεκίνησε, εκεί συνεχίζεται και προφανώς δε θα σταματήσει ποτέ να αποτελεί το βασικό χώρο δημιουργίας. Ένα έργο τέχνης αντίθετα που παρουσιάζεται σε ένα ιδιωτικό χώρο, περιορίζει την επαφή του με το κοινό, αποτελεί κάτι που θα δουν λίγοι άνθρωποι σε σχέση με το έργο που βρίσκεται στο δημόσιο χώρο που είναι διαθέσιμο συνεχώς.

Η Κανελλοπούλου (2008:1) παρατηρεί σχετικά: «Αφήνοντας την αίθουσα τέχνης και εισερχόμενη στο δημόσιο χώρο, η καλλιτεχνική δημιουργία καλείται να αποτελέσει μέρος ενός χώρου που ενσωματώνει στα χαρακτηριστικά του πολύπλευρες προσλαμβάνουσες και κοινωνικά ερεθίσματα, που λειτουργεί ως πολυδιάστατος καμβάς όπου εντυπώνονται το ιστορικό υπόβαθρο και η σύγχρονη δραστηριότητα της κοινωνίας. Σε ένα χώρο όπως ο δημόσιος, που διαρκώς αλλάζει, το έργο τέχνης οφείλει να τονίσει τη δημοκρατική φύση του, την ικανότητά του να πυροδοτεί το διάλογο ανάμεσα σε αυτό και το κοινό, προκειμένου να επιτρέψει πολλαπλές ερμηνείες οι οποίες προέρχονται από την καλλιτεχνική αξία του, τη σχέση του με το χώρο παρουσίασής του και την ανταπόκριση του κοινού προς αυτό».

² Η «συνθήκη της διακινδύνευσης» συνδέεται με τις ετερογενείς εξατομικευμένες βιογραφίες του νεανικού πληθυσμού, με πολλαπλές ταυτότητες και προτιμήσεις. Ανεσφάλεια, βίωση της διακινδύνευσης (youth-at-risk) ως απειλή, αποτυχία ταύτισης του εαυτού με το κοινωνικό γίγνεσθαι, προσπάθειες αυτοδιαχείρισης και υπέρβασης της ρευστής κοινωνικής ζωής και οι διαφοροποιήσεις μέσα στην ίδια τη νεανική κουλτούρα. Μερικές από τις συνέπειες αυτής της τελευταίας συνθήκης είναι, από τη μια, η αποσταθεροποίηση των δυο βασικών πυλώνων εισαγωγής στην ενήλικη ζωή, εργασία, γάμος και οικογένεια και, από την άλλη, η περιοδική αναβίωση «ηθικών πανικού» στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Βλ. Νίκος Δεμερτζής, 2008, σ.38-52.

Συμπερασματικά, ό,τι εκτίθεται στο δημόσιο χώρο δε σχετίζεται άμεσα με τον καλλιτέχνη ή με το ίδιο έργο τέχνης αλλά αντίθετα, όντας άμεσο και ορατό, βρίσκεται εκεί για να αλληλεπιδράσει με το κοινό επειδή είναι διαθέσιμο άνευ όρων χωρίς να έχει σημασία ποιος το δημιούργησε ή πώς αυτό αναπαρίσταται.

Παράλληλα, η Κεσανίδου (2008:37-38) αναφέρει: «Η έκθεση του έργου τέχνης στο δημόσιο χώρο, χωρίς τον φύλακα του μουσείου να παραμονεύει και χωρίς τις απαγορεύσεις «Μην αγγίζετε», μέσα από την αμεσότητα έκθεσής του, διαρρηγνύει και υπονομεύει την καθεστηκυία απόσταση θέασης, υποδοχής και πρόσληψής του. (...) Έτσι από πομπός (εξουσία), όταν βρίσκεται σε ένα μουσείο ή γκαλερί, αντικαθιστά τις μουσειακές απαγορεύσεις θέασης με δεσμούς εμπιστοσύνης, καθώς τοποθετείται σε μια θέση έκθεσης λιγότερο ισχυρή. Το ελεύθερα προσιτό, υπαίθριο έργο τέχνης είναι σαφώς πιο τρωτό και ευάλωτο από το προστατευμένο ενός μουσείου». Παρατηρείται λοιπόν ότι το έργο τέχνης στο δημόσιο χώρο συμβάλλει στον εκδημοκρατισμό της τέχνης αφού είναι άμεσα προσιτό και καταργεί οποιοδήποτε ιδιοκτησιακό καθεστώς, εφόσον εκτίθεται ελεύθερα ανήκοντας σε όλους.

Ένα όμως από τα ερωτήματα που δημιουργούνται και σχετίζονται με το δημόσιο και τον ιδιωτικό χώρο είναι κατά πόσο η τοποθέτηση και η προβολή του graffiti στο μουσείο θα οδηγήσει σε αύξηση του παράνομου graffiti. Στις μέρες μας (Greiner, 2011), και ενώ η έκθεση Art in the streets στο μουσείο Moca είναι σε εξέλιξη, παρατηρήθηκε αύξηση του παράνομου graffiti στην περιοχή. Ο διευθυντής του μουσείου Jeffrey Deitch (ό.π.) αποφάνθηκε ότι ναι μεν υπήρξε αύξηση του παράνομου graffiti στην περιοχή αλλά «αποτελεί τον κώδικα έκφρασης της νεανικής κουλτούρας και δε μπορούμε να το σταματήσουμε. Είναι συνυφασμένο με την περιοχή». Σκοπός της παρούσας μελέτης δεν είναι να διερευνήσει τις πτυχές του παράνομου graffiti και τις επιπτώσεις του αλλά να αναπτύξει τους τρόπους οργανωμένης παρουσίασης καλλιτεχνικών τοιχογραφιών.

Ποια είναι όμως η θέση αναγνωρισμένων καλλιτεχνών του graffiti σχετικά με το δίλημμα δρόμος ή μουσείο; Ο graffiti καλλιτέχνης Krah, όταν του ζητείται (Ιωσηφίδης, 2007:126) να σχολιάσει τις λέξεις «δρόμος, gallery, graffiti, street art» απαντά: «Το street art αποδεικνύει το πάθος που έχουμε για την τέχνη, από τη στιγμή που κάνουμε έργα τέχνης τσάμπα, χωρίς να πληρωνόμαστε για την πόλη την ίδια. Επίσης η τέχνη μας γίνεται ένα με την πόλη, σημεία αναγνωρίσιμα. Από την άλλη πλευρά, δεν έχω κανένα πρόβλημα με τις gallery. Πολλοί grafitades (sic) πιστεύουν ότι το graffiti ή το street art είναι μόνο για τους δρόμους. Εγώ όμως πιστεύω ότι όταν μας ζητάνε να κάνουμε έκθεση, αναγνωρίζουν την τέχνη μας. Είμαστε καλλιτέχνες και αν δεν πουλάμε και μερικά από τα έργα μας δε θα μπορέσουμε να

επιβιώσουμε. (...) Και street artists όπως ο Banksy, ο Space Invader, η ομάδα Faile και άλλοι έχουν γίνει τα μεγαλύτερα ονόματα για τους συλλέκτες της μοντέρνας τέχνης». Παράλληλα, ο καλλιτέχνης Wake (ό.π. 196), παρατηρεί: «Θεωρώ ότι τα έργα ανήκουν στο φυσικό τους χώρο, το δρόμο. Οι γκαλερί ας λειτουργούν ως ένα μέσο ηθικής ή υλικής επιβράβευσης των street artists αλλά ως το σημείο που δε γίνονται αυτοσκοπός». Στο ντοκιμαντέρ «Αστικός κώδικας: η τέχνη του δρόμου», σχολιάζοντας το ίδιο δίλημμα, ο ζωγράφος και καλλιτέχνης graffiti Jay1 αναφέρει ότι το πέρασμα από το δρόμο στη γκαλερί ήταν για αυτόν κάτι φυσικό, ως εξέλιξη μετά το δρόμο ενώ αντίθετα ο καλλιτέχνης SPIKE69 θεωρεί ότι ο δρόμος και το graffiti είναι για αυτούς που δεν είχαν τη δυνατότητα να πάνε σε μια σχολή Καλών τεχνών και ότι το παράνομο graffiti είναι όμορφο αλλά η διαχωριστική γραμμή ανάμεσα στο παράνομο και στο νόμιμο είναι πολύ μικρή, ειδικά στη χώρα που ζούμε. Παρατηρείται επομένως ότι οι απόψεις δίστανται αλλά η ιστορία του graffiti και η εξέλιξή του αποδεικνύουν ότι μπορεί να λειτουργήσει και στους δύο χώρους, ιδιωτικό και δημόσιο, εφόσον δεν εμπορευματοποιείται στον ιδιωτικό, χάνοντας μέρος της ταυτότητάς του και της δημοκρατικής φύσης του.

Διαπιστώνεται λοιπόν από τα παραπάνω ότι ο δημόσιος χώρος, όταν η τέχνη εξασκείται σε αυτόν, είναι ένα ζωντανό κομμάτι της καθημερινότητας του πολίτη με το οποίο έρχεται σε επαφή ακούσια και γίνεται επίσης δέκτης των μηνυμάτων της τέχνης του δρόμου χωρίς να το προσπαθήσει και να το επιδιώξει. Ο τρόπος για να ενδυναμωθεί η σχέση του κοινού-δέκτη με τη δημόσια τέχνη και κυρίως με την τέχνη του graffiti που αποτελεί το αντικείμενο της παρούσας μελέτης είναι να υπάρξει σύνδεση μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού χώρου και εν προκειμένω μεταξύ του graffiti στο δρόμο και του graffiti στο μουσείο. Ο δημόσιος χώρος διαθέτει τη δύναμη της αμεσότητας και του αυθορμητισμού ενώ ο ιδιωτικός χώρος περιορίζει την αμεσότητα αλλά εντάσσει την τέχνη του graffiti σε ένα πλαίσιο ώστε να το προωθήσει και να το συνδέσει με τη σύγχρονη τέχνη που γεννάται στα αστικά κέντρα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ΄

Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΤΟΙΧΟΓΡΑΦΙΩΝ ΣΕ ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ: Η ΟΜΑΔΑ CARPE DIEM

4.1 Το μουσείο ως χώρος έκθεσης graffiti

Η διοργάνωση μιας έκθεσης με θέμα το graffiti και τη street art παλαιότερα μπορεί να αποτελούσε πρωτοποριακή αλλά και αμφισβητήσιμη επιλογή, σήμερα όμως αποτελεί πραγματικότητα. Όπως προαναφέρθηκε, ήδη η Tate Modern του Λονδίνου αλλά και το Moca στο Λος Άντζελες, έχουν διοργανώσει εκθέσεις ή δραστηριότητες με θέμα το graffiti. Οι επικριτές του graffiti ίσως θεωρήσουν τις επιλογές αυτές απλώς ένα τρόπο διεύρυνσης του κοινού των μουσείων, εφόσον παρατηρείται μειωμένη κίνηση. Η έκθεση βέβαια (Νικονάνου, 2006:165 στο Παπαγεωργίου και συν.) είναι «το βασικό επικοινωνιακό μέσο, η πρωταρχική μορφή επικοινωνίας που θέτει ένα μουσείο ως βασικό εργαλείο της επικοινωνιακής του πολιτικής με το κοινό. Οι περισσότερες εκθέσεις είναι σχεδιασμένες να απευθύνονται σε μεμονωμένους επισκέπτες, σε ζευγάρια, σε οικογένειες ή σε παρέες, ωστόσο συχνή είναι και η επίσκεψη οργανωμένων ομάδων π.χ. τουριστών ή σχολικών τάξεων». Άρα, η επιλογή οργάνωσης μιας έκθεσης με θέμα το graffiti σίγουρα προσελκύει μεγάλο αριθμό ατόμων, οι οποίοι ίσως δεν θα πήγαιναν στο μουσείο γιατί το μουσείο συνδέεται συχνά με τη λεγόμενη «υψηλή κουλτούρα» άποψη που συχνά λειτουργεί αποτρεπτικά ως προς την επίσκεψη σε μουσεία. Άλλωστε, η επικρατούσα τάση είναι ο εκδημοκρατισμός του μουσείου και η προώθησή του ως χώρου μελέτης και εκπαίδευσης στη διάθεση του ευρύτερου κοινού (Δάλκος, 2000:11-13).

Το σύγχρονο μουσείο επομένως οφείλει να σχεδιάζει τις εκθέσεις του αλλά και την πολιτιστική του πολιτική σύμφωνα με τις νέες τάσεις της τέχνης, λαμβάνοντας υπόψη και την πολυπολιτισμική κοινωνία του σήμερα. Η Οικονόμου (2003:17) αναφέρει ότι στους σκοπούς των μουσείων αναφέρονται η μελέτη, η ψυχαγωγία και η εκπαίδευση, πράγμα που εκφράζει κυρίως τις νέες αντιλήψεις για το ρόλο του στις μέρες μας ³. Καταλήγει επίσης (ό.π.) ότι τα μουσεία σήμερα είναι ένα ευρύτερο είδος οργανισμών σε σχέση με παλαιότερα

³ Ο ορισμός της Βρετανικής Ένωσης Μουσείων (Οικονόμου, 2003:17) είναι ο εξής: «Τα μουσεία επιτρέπουν στους ανθρώπους να εξερευνούν συλλογές για έμπνευση, μάθηση και ψυχαγωγία. Κάνουν προσιτά αντικείμενα και δείγματα του φυσικού κόσμου, τα οποία διαφυλάσσουν για την κοινωνία». Παρατηρούμε πως είναι περισσότερο επικεντρωμένος στους ανθρώπους και υποδηλώνει διαδραστική σχέση μεταξύ μουσείου και επισκεπτών.

και έχει διευρυνθεί ο τομέας δραστηριότητάς τους καθώς και ο τρόπος επικοινωνίας τους με το κοινό. Πιο συγκεκριμένα και όσο αφορά στον σχεδιασμό των εκθέσεων των μουσείων, χρειάζεται αυτό να παράγει νοήματα και δυνατότητες ερμηνείας της τέχνης, να ωθεί στη βίωση της μουσειακής εμπειρίας σε όλα τα επίπεδα και είδη της νοημοσύνης του συμμετέχοντα και τέλος να έχει πολυπολιτισμικό χαρακτήρα (Ζαφειράκου, 2002, στο Γλύτση, Ε. κ.συν., 163-167). Επίσης, σύμφωνα με την Κακούρου – Χρόνη (2006:13) «Το μουσείο ως ζωντανός οργανισμός μέσα στον κοινωνικό ιστό καλείται να διατυπώνει συνεχώς νέες προτάσεις, για να τις αποδέχεται ή να τις απορρίπτει, ανάλογα με τις επιδιώξεις του και την κριτική στην οποία τις υποβάλλει. Αυτός είναι ο μόνος τρόπος για να οδηγείται στη δράση και να αποποιείται την παραίτηση. Οι προτάσεις του είναι απεριόριστες. Περιορίζονται μόνο από την αποστολή του, τις ανάγκες του κοινού και τη φαντασία των ανθρώπων του». Η ποικιλία επομένως των μορφών του graffiti και της street art αποτελεί ιδανική επιλογή για τη διοργάνωση μιας έκθεσης που μπορεί να συνδυάσει πολλές και διαφορετικές ομάδες επισκεπτών, σύγχρονους τρόπους πολιτιστικής αναπαράστασης, εκπαιδευτικά προγράμματα κ.ά. ώστε να συμβάλλει με αυτό τον τρόπο και στον εκδημοκρατισμό του μουσείου.

4.2 Ίδρυση, δράση και ιστορικό της ομάδας

Στην ιστοσελίδα www.graffiti.org/chromo η οποία παρουσιάζει ομάδες και καλλιτέχνες graffiti διεθνώς, αναφέρεται ότι η ομάδα «Carpe Diem» ιδρύθηκε ανεπίσημα το 1995 από τον φωτογράφο Κυριάκο Ιωσηφίδη και τον ζωγράφο Βαγγέλη Χούρσογλου (Woozy) με σκοπό την υποστήριξη και προώθηση εικαστικών παρεμβάσεων και τη δημιουργία τοιχογραφιών νόμιμα, ώστε να δοθεί σε όλους τους καλλιτέχνες η δυνατότητα της επιλογής και του χώρου της καλλιτεχνικής τους έκφρασης.

Η ιστοσελίδα της ομάδας Carpe Diem είναι πλήρως ενημερωμένη σχετικά με τη δράση και το ιστορικό της ομάδας και ο Γιώργος Χούρσογλου με τον οποίο συνομίλησα αρχικά στις 10/04/2010 με παρέπεμψε σε αυτή για να αντλήσω το απαιτούμενο υλικό πριν προχωρήσουμε στη γραπτή συνέντευξη. Στην ιστοσελίδα λοιπόν (http://www.carpe-diemact.gr/site/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=2&lang=el) αναφέρεται ότι η ομάδα πήρε μορφή το 1998 από ανθρώπους οι οποίοι προσπαθούν να προωθήσουν την τέχνη και τις τεχνικές των Εναλλακτικών Μορφών Πολιτισμού με ιδιαίτερη έμφαση στις δημόσιες τοιχογραφίες. Είναι ο μοναδικός συλλογικός φορέας δημιουργίας και

προώθησης δημόσιων τοιχογραφιών στην Ελλάδα και συνεργάζεται με οργανισμούς και φορείς, οι οποίοι εφαρμόζουν προγράμματα δημόσιων τοιχογραφιών ανά τον κόσμο. Τα μέλη της ομάδας αποτελούνται από αποφοίτους της σχολής Καλών τεχνών ή είναι γραφίστες και καλλιτέχνες που ασχολούνται αποκλειστικά με την urban art. Η δράση αυτή στοχεύει στην οικειοποίηση του δημόσιου χώρου παρεμβαίνοντας εικαστικά.

Οι δράσεις του Carpe Diem εστιάζονται (ό.π.):

1. Στον σχεδιασμό, την οργάνωση και την υλοποίηση δημόσιων τοιχογραφιών
2. Στην υλοποίηση ειδικών προγραμμάτων τοιχογραφιών
3. Στην προαγωγή της εθελοντικής και της ενεργούς συμμετοχής των πολιτών
4. Στη διοργάνωση εκδηλώσεων και φεστιβάλ
5. Στη δημιουργία εκθέσεων
6. Στην υποστήριξη εκδόσεων οι οποίες προωθούν την τέχνη της δημόσιας τοιχογραφίας.

Ενδεικτικά (ό.π.) οι καλλιτέχνες που έχουν στηρίξει τα προγράμματα της ομάδας από την Ελλάδα είναι οι: Apset, Brain, Braze, Impe, Jasone, Hit, Kez, Kproko, Live2, Norzine, Nade, Nast, OFK, Othes, Qbrick, Raiden, Roots, Σειμ84, Taxis, Tsoup, Temper, Woozy και από το εξωτερικό οι: Besok, Cantwo, Daim, De La Rosa, Ecb, Falko, Kent, Loomit, Maclaim, Mode2, Nina, Nunca, Os Gemeos, Phil, Shime, Stormie, Tats Crew.

Το Carpe Diem (ό.π.) διοργανώνει ανά περιόδους φεστιβάλ με στόχο την ενεργό συμμετοχή των graffiti writers αλλά και ευρέος κοινού σε μια γιορτή χρωμάτων και δημιουργικής έκφρασης. Ανάμεσα στα φεστιβάλ που έχει διοργανώσει έως σήμερα ξεχωρίζει το φεστιβάλ 'Write4Gold' το οποίο πραγματοποιήθηκε το 2006 για δύο ημέρες στην Ν. Ιωνία Αττικής με τη συμμετοχή και επώνυμων crew από το εξωτερικό. Το φεστιβάλ συμπεριελάμβανε διαγωνιστικά τμήματα και πίστα για breakdance και skate, με μουσική υπόκρουση. Μέχρι σήμερα έχει υποστηρίξει την έκδοση του ομότιτλου graffiti περιοδικού «Carpe Diem» και την έκδοση των φωτογραφικών λευκωμάτων «Mural Art vol1», «Mural Art vol2» και «Mural Art vol3 - Murals On Huge Surfaces Around the World from Graffiti to Trompe l'oeil».

Το Carpe Diem (ό.π.) υλοποιεί εικαστικές εκθέσεις και συντονίζει την παρουσία καλλιτεχνών και σε εκθέσεις άλλων φορέων και οργανισμών στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Στόχος είναι να προβληθεί το έργο των ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών οι οποίοι προέρχονται από την σκηνή του graffiti και της urban art μέσα από διαφορετικούς δρόμους έκφρασης με καινούριες τεχνικές και ιδέες. Το Carpe Diem έχει υλοποιήσει και συντονίσει τη συμμετοχή καλλιτεχνών στις παρακάτω εκθέσεις (2010) Μουσείο Τέχνης Dafen,

Shenzhen - Κίνα, (2008) Πανευρωπαϊκή Συνάντηση Νέων - Λονδίνο, (2008) Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης - ΕΚΕΒΙ, (2007) Γαλλικό Ινστιτούτο Αθηνών, (2007 και 2006) Διεθνές Φεστιβάλ Κόμικς - Βαβέλ, (2005) Ινστιτούτο Γκαίτε, (2002) Bienale, (2001) Ινστιτούτο Γκαίτε.

Ο Κυριάκος Ιωσηφίδης (2005) αναφέρει στο αφιέρωμα της εφημερίδας Καθημερινή «Ο CARPE DIEM συστάθηκε από μια ομάδα ανθρώπων, τους οποίους συνδέει το βίωμα του graffiti και η αναζήτηση διεξόδων συλλογικής έκφρασης. Γέννημα-θρέμμα μιας κλασικής τσιμεντούπολης, με τους ανύπαρκτους δημόσιους χώρους και την απόλυτη ομοιομορφία να κυριαρχεί, με τα χαρακτηριστικά του εγκλεισμού και της επιτήρησης να υιοθετούνται, το Carpe Diem προτάσσει το δικό του «όπλο»: το Graffiti. Από τη δημιουργία τοιχογραφιών ενάντια στην γκριζα αισθητική και την ομοιομορφία του αστικού τοπίου, τη δημιουργία γιορτών φεστιβάλ σε ανοιχτούς χώρους, για την ενεργό συμμετοχή του κοινού και την επαναοικειοποίηση των δημόσιων χώρων, μέχρι και τα εικαστικά δρώμενα, το μέσο μας ήταν και είναι ένα: το graffiti».

Όπως προαναφέρθηκε, η ομάδα Carpe Diem έδωσε μεγάλη ώθηση στο graffiti στην Ελλάδα με τη διοργάνωση του φεστιβάλ Chromopolis. Ο Ιωσηφίδης (ό.π.) αναφέρει για αυτό ότι «ο στόχος ήταν να δοθεί ένα ερέθισμα στους Έλληνες πολίτες να γνωρίσουν και να συμμετάσχουν ενεργά στην αλλαγή του γκριζου τοπίου των πόλεων όπου ζουν, με αισθητικές παρεμβάσεις και με τεχνικές οι οποίες έως τώρα θεωρούνταν ότι ανήκαν στο περιθώριο. Μια προσπάθεια να φανεί ότι το graffiti μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο αναβάθμισης των σύγχρονων πόλεων, όπου κυριαρχεί το γκριζο».

Ο ιστορικός τέχνης Μάνος Στεφανίδης (Ιωσηφίδης, 2007:210) παρακολουθεί την ομάδα Carpe Diem από το 2002. «Μια κοοπερατίβα που αναλαμβάνει μεγάλα δημόσια projects δουλεύοντας νόμιμα ή ημιπαράνομα και προκαλώντας τους λίγο εμβρόντητους αστούς να την προσέξουν. Περιλαμβάνει οργανωτές, ζωγράφους-writers, και λοιπούς γνωστούς ή άγνωστους συνεργάτες οι οποίοι έχουν όλοι ένα κοινό στόχο. Να κάνουν τέχνη με σημερινούς όρους και με τις σύγχρονες ανάγκες χωρίς να ενταχθούν στο κυρίαρχο σύστημα. Οι επιλογές και η στρατηγική τους δεν είναι ακραίες. Η φιλοσοφία τους είναι αρκετά διαφορετική από τις δράσεις -προγραμματικά καταστροφικές- άλλων γκραφιτάδων. Επιπλέον, ο βαθύτερος προβληματισμός τους σχετίζεται με το αιωρούμενο, αισθητικό αίτημα που προκύπτει από την κοινωνική ανάγκη και από τη γύρω μας αναίσθητη πραγματικότητα».

Ο Πάγκαλος (2008) υποστηρίζει ότι «τα κριτήρια με τα οποία κρίνεται το επίπεδο του γκραφίτι και της street art σε μία περιοχή του κόσμου και σε μία χρονική περίοδο οι εκθέσεις

που γίνονται σε γκαλερί ή μουσεία, οι εκθέσεις και εκδηλώσεις που διοργανώνονται από κρατικούς φορείς, ιδιώτες και ιδρύματα, οι εκδόσεις μεγάλων εκδοτικών οίκων, η προβολή τους στον Τύπο, τα ζωγραφισμένα-διακοσμημένα με γκραφίτι μαγαζιά και οι επιγραφές τους, ή και η γενικευμένη χρήση της εικόνας του ή αναφορών του στη μόδα, τη γραφιστική και τη διαφήμιση, αλλά και η συνολική επιρροή τους στη σύγχρονη (πρώτα παγκόσμια, και μετά τοπική) οπτική κουλτούρα και τα δάνειά τους σε άλλες εικαστικές τέχνες».

Σύμφωνα με την παραπάνω αναφορά, η πληθώρα εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων της ομάδας Carpe Diem υποδεικνύει ότι αποτελεί μια οργανωμένη προσπάθεια διάδοσης και προβολής του graffiti στη σύγχρονη εποχή. Όπως διαφαίνεται από το ιστορικό και τις δράσεις της ομάδας, η οργάνωση δημιουργίας τοιχογραφιών αλλά και οι εικαστικές εκθέσεις αποτελούν βασικούς στόχους που έχουν υλοποιηθεί, βρίσκονται σε εξέλιξη ή σε διαδικασία σχεδιασμού και αναζήτησης χορηγών. Η ομάδα κάνει συχνά αισθητή την παρουσία της με τις ποικίλες δραστηριότητες που διοργανώνει και με τον τρόπο αυτό καταφέρνει να έχει συνεχή παρουσία στα δρώμενα της street art αλλά και σε εκθεσιακούς χώρους.

Για την πραγματοποίηση της συνέντευξης, επιλέχθηκε η μέθοδος της δομημένης συνέντευξης μέσω γραπτών ερωτήσεων που απεστάλησαν στο Γιώργο Χούρσογλου (Kez), από τα παλιά μέλη της ομάδας Carpe Diem (ημερομηνία συνέντευξης 05/05/2011). Είχε βεβαίως προηγηθεί τηλεφωνική επικοινωνία στην οποία συζητήσαμε σφαιρικά το θέμα της παρούσας εργασίας και στη συνέχεια συντάχθηκαν οι ερωτήσεις από τη γράφουσα και απεστάλησαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η επιλογή της δομημένης συνέντευξης έγινε για να απαντηθούν συγκεκριμένα ερωτήματα που αφορούν στην ταυτότητα του graffiti σήμερα και στους πιθανούς τρόπους ένταξής τους σε ιδιωτικούς χώρους και όχι για να συζητηθεί το graffiti γενικά. Εξάλλου, ως προς το ιστορικό της ομάδας, η ιστοσελίδα των Carpe Diem αλλά και η αρθογραφία που παρατίθεται, θεωρήθηκε αρκετή και δεν επεκτάθηκε στις ερωτήσεις της συνέντευξης.

Από τις απαντήσεις του Γιώργου Χούρσογλου διαφαίνεται, όπως υποστηρίζει, πως θεωρεί ότι το graffiti είναι τέχνη, αρκεί να υπάρχει η κατάλληλη εκπαίδευση ώστε κάποιος να μπορεί να διαχωρίσει τον βανδαλισμό από την καλλιτεχνική τοιχογραφία. Αναφέρει ότι ο αρχικός στόχος για τη δημιουργία μιας ομάδας που πραγματοποιεί νόμιμες τοιχογραφίες, όπως η Carpe Diem, ήταν η προώθηση του graffiti στο ευρύ κοινό αλλά και των άλλων τεχνών που γεννήθηκαν «στο δρόμο» (bmx, skateboarding, breakdancing). Αυτό σε μεγάλο βαθμό επιτεύχθηκε με τη διοργάνωση φεστιβάλ και τη συμμετοχή κορυφαίων καλλιτεχνών από το εξωτερικό. Σημειώνει ότι οι κινήσεις αυτές έδωσαν μεγάλη ώθηση στην ελληνική graffiti σκηνή που τότε γεννιόταν. Κατά τη γνώμη του, το παράνομο graffiti δεν έχει χάσει το

χαρακτήρα που είχε αρχικά, αντίθετα τον έχει διατηρήσει. Όσο για το αν θεωρείται βανδαλισμός ή τέχνη, λέει χαρακτηριστικά ότι ο θεατής το αποφασίζει. Σε σχέση με τη δημιουργία graffiti σε δημόσιο ή ιδιωτικό χώρο πιστεύει ότι η βασική διαφορά του ιδιωτικού με το δημόσιο χώρο είναι το μέγεθος και κατά κύριο λόγο η θεματολογία, γιατί η δυνατότητα να δουλέψεις για παράδειγμα σε μια μεγάλη επιφάνεια σου δίνεται σε δημόσιους χώρους και όχι σε ιδιωτικούς. Πιο συγκεκριμένα αναφέρει τα εξής: «Το βασικότερο κομμάτι κάθε έργου είναι η θεματολογία και όσο πιο ελεύθερη είναι τόσο πιο απολαυστική είναι και η διαδικασία για τον δημιουργό. Ψηφίζω λοιπόν δημόσιους χώρους!» Για το αν το graffiti έχει θέση μόνο στο δρόμο και όχι στο μουσείο η γνώμη του είναι ότι «η τέχνη γενικότερα καταστρέφεται στα μουσεία. Εξάλλου, οι graffiti και οι street artists με τη δουλειά τους έχουν καταφέρει να μετατρέψουν τους ίδιους τους δρόμους σε μουσεία εφήμερης τέχνης. Ηθοποιοί, μουσικοί, τραγουδιστές, χορευτές, όλοι στους δρόμους! Αυτό θα ήταν πραγματικά επαναστατικό για τη σύγχρονη κοινωνία και πραγματικά πιστεύω ότι θα άλλαζε τον τρόπο ζωής μας». Ακόμη, ως προς τους πιθανούς τρόπους ένταξης του graffiti στους χώρους ενός μουσείου θεωρεί ότι «το graffiti αφορά δημόσιο ανοιχτό χώρο, όπου τα έργα είναι άμεσα προσιτά στο κοινό. Από τη στιγμή που μπαίνει σε έναν καμβά και σε ένα μουσείο αυτόματα αλλάζει ο χαρακτήρας, η φιλοσοφία αλλά και το τελικό αποτέλεσμα, επομένως δεν είναι graffiti ακριβώς αλλά κάτι που έχει στυλ graffiti». Όσο αφορά στο ρόλο του graffiti στη σύγχρονη τέχνη και αν αυτό έχει εμπορευματοποιηθεί πιστεύει πως το graffiti έχει πλέον αναγνωριστεί ως τέχνη, η τέχνη είναι εμπόριο και το εμπόριο βιομηχανία. Συνοψίζει λέγοντας ότι συμβαδίζει με την εποχή, αν και κάποιοι δημιουργοί παραμένουν ρομαντικοί και ριζοσπαστικοί. Τέλος, για τις οργανωμένες εκθέσεις σε μουσείο αναφέρει ότι όσες εκθέσεις έχει πραγματοποιήσει η ομάδα είναι μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και όσο είναι δυνατό σε ανεξάρτητους χώρους. Γενικά, σύμφωνα με τον Kez η φιλοσοφία της ομάδας δε συμφωνεί με το αποστειρωμένο περιβάλλον, τον τρόπο προβολής αλλά και εκμετάλλευσης της τέχνης από τα μουσεία και τις γκαλερί. Αντίθετα, τους ενδιαφέρει η διοργάνωση εκθέσεων με τέτοιο τρόπο ώστε να προωθείται η δημιουργία graffiti και κυρίως τοιχογραφιών, χωρίς όμως αυτό να αποτελεί μέσο βιοπορισμού των καλλιτεχνών και χωρίς να περιορίζονται οι καλλιτεχνικές δημιουργίες.

Διαπιστώνεται λοιπόν σύμφωνα με τη συνέντευξη αλλά και με το ιστορικό και τη δράση της ομάδας ότι οι Carpe Diem, αποτελώντας μια κοοπερατίβα καλλιτεχνών του graffiti και της street art, ενδιαφέρονται για τη διοργάνωση εκθέσεων σε ιδιωτικούς χώρους. Εξάλλου, οι ίδιοι ως ομάδα ή μεμονωμένοι καλλιτέχνες της ομάδας τους έχουν ήδη πραγματοποιήσει, όπως προαναφέρθηκε, εκθέσεις κυρίως ομαδικού χαρακτήρα στην Ελλάδα και στο

εξωτερικό. Η δράση τους αποδεικνύει ότι αυτό που τους ενδιαφέρει πρωτίστως είναι ο ίδιος λόγος που τους οδήγησε στη δημιουργία της ομάδας, δηλαδή η πρόθεση της τέχνης του graffiti και η οργανωμένη δημιουργία τοιχογραφιών. Σαφώς, θέμα βιοπορισμού δεν τίθεται για αυτούς, ο χαρακτήρας της ομάδας είναι μη κερδοσκοπικός και οι πιο πολλές τοιχογραφίες τους πραγματοποιούνται με χορηγίες ή εθελοντικά.

4.3 Η σημασία της διαχείρισης μιας πολιτιστικής δραστηριότητας graffiti και street art

Η διαχείριση είναι ο συνδυασμός των υλικών και πνευματικών μέσων μιας επιχείρησης για την επίτευξη της μέγιστης απόδοσης (Μπαμπινιώτης, 1998). Κρίνεται επομένως απαραίτητη προκειμένου να αναπτυχθεί και μια πολιτιστική δραστηριότητα, γιατί για να διατεθούν στο κοινό τα πολιτιστικά αγαθά και να γίνουν προσιτά, χρειάζεται να ενταχθούν σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο. Η πολιτιστική κληρονομιά αλλά και κάθε νέο πολιτιστικό αγαθό είναι πηγές πολιτιστικού αλλά και οικονομικού κεφαλαίου. Η Μπούνια αναφερόμενη στην πολιτιστική διαχείριση μέσα από το πρίσμα της οικονομίας (στο Βερνίκος κ. συν., 2005:52-55), υποστηρίζει πως «είκοσι χρόνια πριν, η πιθανότητα ότι τα μουσεία θα ασχολούνταν με θέματα μάρκετινγκ και μάνατζμεντ φαινόταν τελείως απίθανη. (...) Σήμερα, τα μουσεία απαιτείται όλο και περισσότερο να αποδίδουν ως ιδιωτικές επιχειρήσεις». Παράλληλα, η Πλάκα (2000) αναφέρει σε άρθρο της στην εφημερίδα το Βήμα της Κυριακής ότι «Ο πολιτισμός είναι προορισμένος να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην κοινωνία του μέλλοντος. Οι πολίτες του μέλλοντος θα διαθέτουν πολύ περισσότερο ελεύθερο χρόνο, βασική προϋπόθεση όχι μόνο για τη δημιουργία αλλά και για την ανάλωση πολιτιστικών αγαθών. Η σημερινή, και ασφαλώς η αυριανή, κοινωνία είναι και θα εξακολουθήσει να είναι με αυξανόμενο, μέχρι φρενίτιδος, ρυθμό καταναλωτικές. (...) Όποιο αγαθό δεν μπορεί να ενταχθεί μέσα στα όρια της λογικής και της λειτουργίας τους είναι καταδικασμένο σε μαρασμό και απόρριψη. Ευτυχώς ο πολιτισμός έχει αποδειχθεί ότι διαθέτει ανεξάντλητα αποθέματα καταναλωτικής ανάπτυξης. Τα μουσεία, αν θέλουν να επιβιώσουν, είναι αναγκασμένα να ενταχθούν στους νόμους αυτής της νέας λειτουργίας της νεοφιλελεύθερης καταναλωτικής κοινωνίας».

Διαπιστώνεται λοιπόν από τα παραπάνω πως η σημασία της διαχείρισης είναι επιτακτική. Σύμφωνα με τη Βινιεράτου κ. συν. (2003:27) τις δύο τελευταίες δεκαετίες υπάρχουν μερικά αναμφισβήτητα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά θέματα τα οποία κατέστησαν αναγκαία

την ύπαρξη επαγγελματικής διαχείρισης και εφαρμογής των αρχών του επιστημονικού μάνατζμεντ τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στους πολιτιστικούς οργανισμούς.

Η ύπαρξη του μάνατζμεντ στη διοργάνωση μιας έκθεσης graffiti κρίνεται λοιπόν απαραίτητη γιατί η σωστή στρατηγική μπορεί να οδηγήσει σε μια επιτυχημένη έκθεση. Η ομάδα που μελετάμε, με την έντονη δράση και παρουσία στα πολιτιστικά δρώμενα τόσο στα εγχώρια όσο και εκτός συνόρων, αλλά και με την επαφή που έχουν αναπτύξει με το νεανικό κοινό, όχι μόνο λόγω της δημοτικότητας του graffiti σε αυτές τις ηλικιακές ομάδες αλλά και κυρίως μέσω των προγραμμάτων που έχουν πραγματοποιήσει, με αποκορύφωμα το «Ζωγραφίζοντας σχολικά κτήρια» θα διευρύνει ακόμη πιο πολύ το κοινό των μουσείων αλλά και θα αποδείξει επίσης ότι το graffiti είναι τέχνη που μπορεί να αναπαρασταθεί σε μουσεία. Στην έκθεση «Art in the streets» που γίνεται φέτος στο Moca όπως προαναφέρθηκε, παρατηρήθηκε αύξηση στον αριθμό των επισκεπτών του μουσείου, αποδεικνύοντας έτσι το επιτυχημένο εγχείρημα της έκθεσης. Μια έκθεση λοιπόν με θέμα το graffiti και τη street art θα συμβάλλει στην ευρύτερη κατανόηση και αποδοχή του graffiti από το κοινό και θα δημιουργήσει παράλληλα και ένα νέο κοινό το οποίο, ανταποκρινόμενο στο ρεύμα της εποχής, θα αποκτήσει περισσότερη επαφή με την επίσκεψη σε μουσεία και θα του δοθεί η δυνατότητα να έρθει σε επαφή με μια μορφή τέχνης η οποία ως τώρα του φαινόταν βανδαλισμός.

4.4 Εκθεσιακός σχεδιασμός και μουσειακή επικοινωνία με θέμα το graffiti στην Τεχνόπολι του δήμου Αθηναίων

Είναι γενικά παραδεκτό ότι δεν αρκεί ο μεγάλος αριθμός επισκεπτών για να καθορίσει αποκλειστικά την επιτυχία μιας έκθεσης σε ένα μουσείο. Σίγουρα είναι ένα δείγμα προτίμησης και αποδοχής από το κοινό αλλά προκειμένου να είναι επιτυχημένη μια έκθεση θα πρέπει να μπορεί το μουσείο να αναπτύξει μια ευρύτερη σχέση με το νέο, διευρυμένο κοινό που απέκτησε. Αυτό επιτυγχάνεται με το σωστό εκθεσιακό σχεδιασμό, με τον τρόπο αναπαράστασης των εκθεμάτων αλλά και με τη μουσειακή επικοινωνία.

Η επικοινωνία (Μούλιου και Μπούνια, 1999:42) είναι μία από τις πιο θεμελιώδεις λειτουργίες των μουσείων και των πινακοθηκών και συνίσταται στη μετάδοση μηνυμάτων, πληροφοριών και εμπειριών με σαφή, αποτελεσματικό και ευχάριστο τρόπο, σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες και άτομα με ποικίλες προσδοκίες, αναζητήσεις και ενδιαφέροντα. Μια

έκθεση λοιπόν με θέμα το graffiti μπορεί να απευθυνθεί σε διαφορετικές κοινωνικές και ηλικιακές ομάδες αφού αποτελεί μια τέχνη προσιτή και καθημερινή που υπάρχει γύρω μας και αναδύεται συνεχώς.

Ένας χώρος που ενδείκνυται για τη διοργάνωση και την προβολή της τέχνης του graffiti είναι η Τεχνόπολις του δήμου Αθηναίων στο Γκάζι. Η Τεχνόπολις του Δήμου Αθηναίων (<http://www.technopolis-athens.com/web/guest/home>), ένα «βιομηχανικό μουσείο» απaráμιλλης αρχιτεκτονικής, από τα πιο ενδιαφέροντα στον κόσμο, αποτελεί σήμερα ένα πολυδύναμο χώρο πολιτισμού, αναβαθμίζοντας μια ιστορική περιοχή της πρωτεύουσας και δημιουργώντας έναν ακόμη θετικό πόλο στην πολιτισμική ταυτότητα της Αθήνας. Στόχος των ανθρώπων στην Τεχνόπολι αποτελεί η παρουσίαση και η δράση όλων των νέων τάσεων και σύγχρονων μορφών τέχνης. Ο χώρος αυτός κρίνεται κατάλληλος γιατί μπορεί λόγω του μεγέθους του αλλά και της ποικιλίας των χώρων του να φιλοξενήσει μια έκθεση με θέμα το graffiti που θα περιλαμβάνει δραστηριότητες εντός των αιθουσών του αλλά και στον μεγάλο αύλειο χώρο του. Η επικοινωνιακή στρατηγική ενός μουσείου (ό.π.,1999:42) περιλαμβάνει δραστηριότητες που πραγματοποιούνται εντός του φυσικού χώρου του μουσείου, όπως είναι οι εκθέσεις, τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι διαλέξεις και οι ξεναγήσεις, η οργάνωση ποικίλων πολιτιστικών εκδηλώσεων και τα εργαστήρια που επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να πιάσουν και να χρησιμοποιήσουν αντικείμενα από τις μουσειακές συλλογές ή που ενθαρρύνουν την ανάπτυξη δεξιοτήτων που σχετίζονται με το θέμα και τα αντικείμενα του μουσείου, η περιήγηση στις συλλογές με τη βοήθεια της νέας τεχνολογίας, κ.ά. Εξίσου σημαντικές (ό.π.,1999:42) και ποικίλες είναι και οι δραστηριότητες που μπορεί να αναπτύξει ένα μουσείο εκτός του φυσικού του χώρου προκειμένου να επικοινωνήσει και να προσελκύσει ανθρώπους που συνήθως δεν επισκέπτονται το μουσείο είτε λόγω φυσικών είτε λόγω κοινωνικών περιορισμών. Η Τεχνόπολι, (<http://www.technopolis-athens.com/web/guest/home>) χώρος ανοικτός και οικείος στο ευρύ κοινό, καθώς πραγματοποιούνται συχνά σε αυτόν εκδηλώσεις ποικίλων θεμάτων αλλά και επειδή βρίσκεται σε κομβικό σημείο της πόλης, με εύκολη πρόσβαση για το κοινό με τα Μέσα Μαζικής μεταφοράς αλλά και χώρος προσβάσιμος για άτομα με ειδικές ανάγκες, αποτελεί το ιδανικό μέρος πραγματοποίησης μιας τέτοιας έκθεσης. Η Τεχνόπολι δίνει τη δυνατότητα να δημιουργηθούν τέτοιες εκδηλώσεις στον εξωτερικό του χώρο, δίνοντας την εντύπωση του ανοιχτού δημόσιου χώρου στον οποίο πραγματοποιούνται τοιχογραφίες. Όπως παρατηρεί η Νάκου (2001:153) ο μουσειακός χώρος στις μέρες μας έχει διευρυνθεί και πολλά μουσεία από κλειστοί χώροι έχουν μετασχηματιστεί σε ανοιχτούς χώρους που επιδιώκουν ποικίλες σχέσεις άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας με το ευρύτερο κοινό. Η Τεχνόπολι συνδυάζει

αρμονικά τον κλειστό και τον ανοιχτό χώρο ώστε να επιτευχθεί το ιδανικό αποτέλεσμα της έκθεσης και να ενδυναμωθεί η σχέση μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού χώρου. Επίσης, σε δημόσιους χώρους (Σαμπανίκου, ό.π., 2004:265) τα διαδραστικά πολυμέσα μπορούν να χρησιμοποιηθούν με ποικίλους τρόπους.

Πιο συγκεκριμένα, στην Τεχνόπολι (<http://www.technopolis-athens.com/web/guest/aihouses>) υπάρχει ποικιλία εξωτερικών και εσωτερικών χώρων κατάλληλων για εκθέσεις graffiti και street art. Η μεγαλύτερη αίθουσα της Τεχνόπολης «Νίκος Γκάτσος», που αποτελούσε το μηχανουργείο και το ξυλουργείο του εργοστασίου, έχει διαμορφωθεί σε χώρο πολλαπλής χρήσης 750 τ.μ. για τη φιλοξενία εκθέσεων, συνεδρίων κλπ. και ο εξωτερικός χώρος μπροστά από την αίθουσα αυτή (3000 τ.μ.) έχει διαμορφωθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να φιλοξενεί εκδηλώσεις ποικίλου ενδιαφέροντος, ανεξάρτητα από την κεντρική αυλή. Παράλληλα, υπάρχουν και άλλες αίθουσες (ό.π.) όπως η αίθουσα «Κωνσταντίνος Καβάφης», κατάλληλη για εικαστικές εκθέσεις που χρησιμοποιούν τεχνολογικό εξοπλισμό για εφαρμογή διαδραστικών προγραμμάτων αλλά και το αμφιθέατρο κατάλληλο για ομιλίες, παρουσιάσεις και προβολές.

Σύμφωνα με τις παραπάνω διαπιστώσεις, στη διοργάνωση μιας έκθεσης με θέμα το graffiti και τη street art στην Τεχνόπολι, μπορεί εύκολα να εφαρμοστεί το παραπάνω μοντέλο. Όπως διαφαίνεται ήδη από τις δράσεις της ομάδας, η οργάνωσή τους είναι τέτοια που επιτρέπει δραστηριότητες εντός και εκτός μουσείου. Εντός του μουσείου, μπορεί να πραγματοποιηθεί έκθεση ζωγραφικής με έργα που γίνονται σε καμβάδες, προβολή slide shows που να παρουσιάζουν τοιχογραφίες που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί, παράλληλη οργάνωση διαλέξεων για την ιστορία και το ρόλο του graffiti, εκπαιδευτικά προγράμματα που να δείχνουν σε μαθητές τη δημιουργία graffiti κ.ά. Εκτός του μουσείου, μπορεί να διοργανωθεί δημιουργία τοιχογραφίας στο ίδιο το κτήριο, όπως ήδη έχει πραγματοποιήσει πολλές φορές η ομάδα Carpe Diem σε διάφορα δημόσια ή ιδιωτικά κτήρια. Στις δραστηριότητες αυτές που γίνονται σε εξωτερικό χώρο, το μουσείο μπορεί να κάνει και εκπαιδευτικό πρόγραμμα με παρακολούθηση αλλά και συμμετοχή του κοινού στη δημιουργία μιας τοιχογραφίας. Η Τεχνόπολι είναι χώρος ανοιχτός σε τέτοιες εκδηλώσεις αφού όπως δηλώνεται χαρακτηριστικά στην ιστοσελίδα (<http://www.technopolis-athens.com/web/guest/bod>) εκ μέρους της Διοίκησης «ένας από τους άξονες του προγράμματος αφορά στην ενίσχυση και διεύρυνση της πολιτιστικής και καλλιτεχνικής λειτουργίας της Τεχνόπολης. Όλες οι τέχνες θα έχουν εδώ μια φιλόξενη θέση, ιδιαίτερα αν οι δημιουργοί τους είναι νέοι. Όλες οι ιδέες που διευρύνουν την έννοια του πολιτισμού και υπερβαίνουν τις διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα στους παραγωγούς και τους αποδέκτες των

πολιτιστικών αγαθών θα έχουν εδώ κοινό να τους ακούσει». Το συμπέρασμα που συνάγεται είναι ότι μια έκθεση με θέμα το graffiti και τη street art θα οδηγήσει στην αποκωδικοποίηση της τέχνης αυτής εκ μέρους του κοινού και θα το ωθήσει στην περαιτέρω κατανόησή της γιατί το μουσείο παραδοσιακά (Αλεξάκη, 2002:73 στο Αλεξάκη και Κόκκινος) εξακολουθεί να παραμένει στη συνείδηση του κοινού ως ένας θεσμός που έχει πρώτα αξιολογήσει και ελέγξει την ποιότητα των έργων που παρουσιάζει. Γίνεται λοιπόν σαφές ότι η επιλογή εκ μέρους του μουσείου μιας έκθεσης με τέτοια θεματολογία θα ενδυναμώσει το ρόλο του graffiti. Ήδη, τα παραδείγματα σε αξιόλογα μουσεία όπως προαναφέρθηκε δείχνουν μια στροφή στη street art και στο graffiti. Και οι δράσεις της ομάδας Carpe Diem φαίνεται ως τώρα να έχουν την ευρύτερη αποδοχή του κοινού στους δημόσιους χώρους, επομένως με την οργανωμένη παρουσίασή τους σε ένα μουσείο θα προωθήσουν τα έργα τους ακόμη περισσότερο, χωρίς να χάσουν την ταυτότητά τους. Ο Κυριάκος Ιωσηφίδης, συντονιστής της ομάδας Carpe Diem, δηλώνει (2009) στο ντοκιμαντέρ της ΕΡΤ «Αυτοπροσώπως» ότι η ιδέα των εικαστικών παρεμβάσεων με άδεια ήταν που συντέλεσε πιο πολύ στο να δημιουργήσει αυτή την ομάδα με τον Βαγγέλη Χούρσογλου, θεωρώντας ότι με τις νόμιμες τοιχογραφίες θα μπορούσαν να διεκδικήσουν ακόμη περισσότερο κομμάτι του αστικού τοπίου. Επίσης, δηλώνει χαρακτηριστικά ότι στα σχέδιά τους βρίσκεται και η δημιουργία ενός μουσείου τοιχογραφιών, κυρίως με υπαίθριες εγκαταστάσεις αλλά και με παράλληλες εκδηλώσεις όπως σεμινάρια, ντοκιμαντέρ κτλ. με θέμα τις τοιχογραφίες και τη street art γενικότερα. Εξάλλου, όπως δηλώνει χαρακτηριστικά στο ίδιο ντοκιμαντέρ, κατόρθωσαν ως ομάδα να πάρουν άδεια από την Εφορεία Νεώτερων Μνημείων Αττικής για να φιλοτεχνήσουν τοιχογραφίες στην Τεχνόπολι με σκοπό την ανάδειξη αλλά και τη διατήρηση του ιστορικού αυτού χώρου.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ο αστικός ιστός καθημερινά μεταλλάσσεται σαν ζωντανός οργανισμός αφού σε αυτόν ζουν και συναλλάσσονται πολλοί και διαφορετικοί άνθρωποι. Μια μερίδα αυτών, κυρίως νέοι, επιλέγει να επανοικειοποιηθεί το δημόσιο χώρο, είτε νόμιμα είτε παράνομα με τη δημιουργία graffiti. Οι άνθρωποι, από την προϊστορία ακόμη είχαν την τάση να αφήνουν τα ίχνη τους για να εκφράσουν τα συναισθηματά τους, να αυτοπροσδιοριστούν ή να δηλώσουν απλώς ότι είναι παρόντες. Η τάση αυτή, υπάρχει στο συλλογικό ασυνείδητο και για αυτό ο άνθρωπος δε σταμάτησε ποτέ να αφήνει τα αποτυπώματά του με διάφορους τρόπους.

Μια μορφή λοιπόν δημιουργίας εικόνων και αποτυπωμάτων είναι και το graffiti. Στη σύγχρονη εκδοχή του, ξεκίνησε από την Αμερική και σταδιακά επεκτάθηκε σε όλο τον κόσμο. Από την απλή υπογραφή μέχρι και τις καλλιτεχνικές τοιχογραφίες, είναι παντού γύρω μας για να μας υπενθυμίζει ότι υπάρχουν και άλλοι τρόποι έκφρασης σκέψεων και συναισθημάτων, αντίστασης ή αντίδρασης αλλά και καλυτέρευσης του γκρίζου, ομοιογενούς τοπίου. Οι απόψεις για το αν είναι τέχνη ή βανδαλισμός δίστανται και το κοινό αλλά και οι κριτικοί τέχνης διχάζονται, καθώς τα τελευταία χρόνια το graffiti είναι ιδιαίτερα δημοφιλές ως κομμάτι της τέχνης του δρόμου. Από τη μία πλευρά, υπάρχουν αυτοί που το απορρίπτουν, αν και εντάσσεται όλο και περισσότερο στη σύγχρονη τέχνη, και από την άλλη υπάρχουν αυτοί που το υποστηρίζουν με πάθος. Στη μέση, εκείνοι οι οποίοι αρέσκονται στο νόμιμο και οργανωμένο graffiti αλλά τους απωθεί ο βανδαλισμός και το λιγότερο «καλλιτεχνικό» σχέδιο. Ότι και αν συμβαίνει όμως, το graffiti δεν μπαίνει σε καλούπια και νόρμες. Απλώς υπάρχει στο αστικό πεδίο, εφήμερο και άμεσο, και ζητάει την προσοχή μας. Παράλληλα, αυξάνει τη φήμη του γιατί το διαδίκτυο αλλά και τα MME συμβάλλουν στη διάδοσή του, αποτελώντας πια κάτι ευρύτερα γνωστό και οικείο, αν και ξεκίνησε ως underground κίνημα.

Η παρουσία του graffiti στο δημόσιο χώρο έναντι του ιδιωτικού, δίνει τη δυνατότητα στο κοινό-θεατή άθελα ή ηθελημένα να παρατηρήσει και να ανακαλύψει το δημόσιο χώρο γύρω του αλλά και να τον αλλάξει αν δεν του είναι ευχάριστος. Η δύναμη της εικόνας είναι πάντα αποτελεσματική στη μετάδοση μηνυμάτων και το graffiti ως μη λεκτική μορφή επικοινωνίας έχει αρκετό υλικό να μοιραστεί με το κοινό.

Προκειμένου να ενδυναμωθεί όμως η σχέση του κοινού με τη street art και το graffiti, παρατηρείται όλο και πιο συχνά η σύνδεση του δημόσιου χώρου με τον ιδιωτικό, ώστε να τοποθετηθεί σε ένα πλαίσιο και να γίνει πιο αποτελεσματική η διάδρασή του με το κοινό. Οι απόψεις και εδώ διχάζουν αφού μερίδα των καλλιτεχνών θεωρεί ότι η θέση του graffiti είναι

εκεί που γεννήθηκε, δηλαδή στο δρόμο ενώ άλλοι ισχυρίζονται ότι έχει θέση και στις αίθουσες των μουσείων. Όμως, και σύμφωνα με τη μελέτη περίπτωσης της ομάδας Carpe Diem που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα μελέτη, διαπιστώθηκε ότι το νόμιμο graffiti μπορεί να αποτελέσει εξαιρετικό παράδειγμα για παρουσίαση σε ιδιωτικούς χώρους με τη διοργάνωση εκθέσεων αλλά και σε δημόσιους χώρους με την ανάθεση δημιουργίας τοιχογραφιών. Με αυτό τον τρόπο, το graffiti και η street art θα ενδυναμώσουν το ρόλο τους και είναι ευκαιρία για το κοινό να έρθει σε επαφή με την τέχνη που δημιουργείται καθημερινά γύρω του. Με τον κατάλληλο προγραμματισμό, η σύνδεση του δημόσιου χώρου με τον ιδιωτικό μπορεί να γεννήσει νέες καλλιτεχνικές παρεμβάσεις στο αστικό πεδίο. Το μουσείο-ιδιωτικός χώρος θα κερδίσει ένα νέο διευρυμένο κοινό και θα αυξήσει τις δραστηριότητές του και τα εκπαιδευτικά του προγράμματα, εφαρμόζοντας το κατάλληλο πλαίσιο διαχείρισης.

Το ερώτημα που δημιουργείται και μπορεί να αποτελέσει μελέτη σε μια νέα έρευνα είναι κατά πόσο η διοργάνωση αλλά και η διαχείριση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων από την πλευρά του μουσείου μπορεί να επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τη δημιουργία καλλιτεχνικών έργων γιατί η τέχνη, με ή χωρίς σχεδιασμό, θα συμβαίνει. Αυτή τη διαπίστωση, που δεν είναι τίποτα άλλο πέρα από την ίδια την πραγματικότητα της καλλιτεχνικής δημιουργίας, είναι απαραίτητο να διατηρούν πάντα στη μνήμη τους οι διαχειριστές του πολιτισμού. Η τέχνη, όπως αποδεικνύεται και ιστορικά, δεν χρειάζεται απαραίτητα σχεδιασμό ως πολιτιστικό προϊόν. Και όπως διαφαίνεται και στην παρούσα μελέτη, το graffiti είτε θεωρηθεί τέχνη είτε βανδαλισμός, είτε εισέλθει στα μουσεία ως αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης τέχνης είτε παραμείνει στο δρόμο, θα συμβαίνει.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1.ΒΙΒΛΙΑ

Αλεξάκη Ευγενία (2002), «Το σύγχρονο μουσείο: εμπορικό κέντρο ή χώρος ουσιαστικής εκπαιδευτικής διαδικασίας;» στο «*Διεπιστημονικές προσεγγίσεις στη μουσειακή αγωγή*», Κόκκινος Γιώργος και Αλεξάκη Ευγενία (2002), Εκδόσεις Μεταίχμιο, Αθήνα.

Ανδριωτάκης Μανώλης (2005), «*Σχέδια πόλης, Τέχνη, διαμαρτυρία και διαφήμιση στους δημόσιους χώρους των μητροπόλεων*», Εκδόσεις Νεφέλη, Αθήνα.

Adorno Theodor (1963), «*Σύνοψη της Πολιτιστικής Βιομηχανίας*», Εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα.

Αστρινάκης Αντώνης (1991), «*Νεανικές υποκουλτούρες. Παρεκκλίνουσες υποκουλτούρες της νεολαίας της εργατικής τάξης. Η βρετανική θεώρηση και η ελληνική εμπειρία*», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Βερνίκος Νικόλας κ. συν. (2004), «*Πολιτιστικές βιομηχανίες*», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Βινιεράτου Μαρίζα κ. Συν. (2003), «*Πολιτιστική Πολιτική και Διοίκηση*», Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, Πάτρα.

Ganz Nicholas (2004), «*Graffiti World: Street Art from Five Continents*», Thames and Hudson, London.

Γλύτση Ελένη. κ.συν. (2002), «*Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων (τόμος Γ), Πολιτισμός και Εκπαίδευση*», Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, Πάτρα.

Gombrich Ernst Hans (2009), «*Το χρονικό της τέχνης*», Εκδόσεις Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα.

Δάλκος Γιώργος (2000), «*Σχολείο και Μουσείο*», Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.

Ιωσηφίδης Κυριάκος (2007), «*Στο δρόμο*», Εκδόσεις Μεταίχμιο, Αθήνα.

Κακούρου – Χρόνη Γεωργία (2006), «*Μουσείο και Σχολείο, Αντικριστές πόρτες στη γνώση*», Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα.

Καστόρας Σ. (2002), «*Πολιτιστική Επικοινωνία, Αρχές και μέθοδοι επικοινωνίας*», Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, Πάτρα.

Korzybski Alfred (1948), «*Science and Sanity: An Introduction to Non-Aristotelian Systems and General Semantics*», Science, Lancaster, Pennsylvania

Λαζαρίδης Στιβ (2009), «*Outsiders, Η τέχνη στο δρόμο*», Μεταίχμιο, Αθήνα.

ΜακΚουέιλ Ν., Βιντάλ Σ., (2001), «*Σύγχρονα Μοντέλα Επικοινωνίας*», Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.

Marcuse Herbert (1965), «Remarks on a redefinition of culture», στο «*Τέχνη και μαζική κουλτούρα*», Αντόρνο και συν., Εκδόσεις Ύψιλον, Αθήνα, 1984.

Μπούνια Αλεξάνδρα (2005), «Τα μουσεία ως πολιτιστικές βιομηχανίες» στο «*Πολιτιστικές βιομηχανίες, διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά*», Βερνίκος, Ν. κ. Συν. (2005), Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Νάκου Ειρήνη (2001), «*Μουσεία: εμείς, τα πράγματα και ο πολιτισμός*», Εκδόσεις Νήσος, Αθήνα.

Νικονάνου Νίκη (2006), «*Εκθεμα και επισκέπτης: Μορφές επικοινωνίας σε εκθεσιακούς χώρους*» στο «*Πολιτιστική αναπαράσταση*», (επιμέλεια Παπαγεωργίου και συν.), Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Οικονόμου Μαρία (2003), *«Μουσείο: Αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός; Μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα»*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Παπαγεωργίου Δημήτρης (2005), «Παραστάσεις και αναπαραστάσεις: η επιτέλεση του πολιτισμού και του πολιτιστικού θεάματος» στο *«Πολιτιστικές βιομηχανίες, διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά»*, Βερνίκος, Ν. κ. Συν. (2005), Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Πασχαλίδης Γρηγόρης και Χαμπούρη – Ιωαννίδου Αικατερίνη (2002), *«Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων (τόμος Α), Εισαγωγή στον πολιτισμό»*, Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, Πάτρα.

Παυλογεωργάτος Γεράσιμος και Κωνσταντόγλου Μαρία (2005), «Πολιτισμικός τουρισμός: Η περίπτωση της Ελλάδας» στο *«Πολιτιστικές βιομηχανίες, διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά »*, Βερνίκος, Ν. κ. Συν. (2005), Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Simons Paul (2006), *«Urban Cries, volume one, Communicating with God through Music & Performing Arts»*, Tamare Publishers, London.

Σαμπανίκου Εύη, Βλαχάκης Βασίλης (2005), «Τέχνη και Τεχνολογία» στο *«Πολιτιστικές βιομηχανίες, διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά »*, Βερνίκος, Ν. κ. Συν. (2005), Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Σκαλτσά Ματούλα (1999), *«Για τη μουσειολογία και τον πολιτισμό»*, Εκδόσεις Εντευκτηρίου, Θεσσαλονίκη.

Σταυρίδης Σταύρος (1990), *«Η συμβολική σχέση με το χώρο: Πώς οι κοινωνικές αξίες διαμορφώνουν και ερμηνεύουν το χώρο»*, Εκδόσεις Κάλβος, Αθήνα.

Σταυρίδης Σταύρος (1996), *«Διαφήμιση και το νόημα του χώρου»*, Εκδόσεις Στάχυ, Αθήνα.

Williams Raymond (1963), *«Culture and Society»*, Pelican Books.

2. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥΣ ΤΟΠΟΥΣ

Akbar Arifa and Valley Paul (2008), «*Graffiti: Street art – or crime?*», εφημερίδα Independent, 16/07/2008 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/features/graffiti-street-art-ndash-or-crime-868736.html>

Αναστασόπουλος Δημήτρης (2010), «*Πρωτοπορία και επενδύσεις*», περιοδικό Έψιλον της εφημερίδας Ελευθεροτυπία, 4/07/2010, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=179396>

Βαρελάς Γιάννης, «*Η τέχνη του δρόμου, μία γνώμη*», περιοδικό Kaput, τεύχος 1, 2008 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.kaput.gr/gr/01/«η-τέχνη-του-δρόμου»-μία-γνώμη/>

Γαγλιάς Αλέξης (2007), «*Blek le Rat: Ο «μπαμπάς» του στένσιλ*», σελ. 6-11, online περιοδικό Monkie, τεύχος 00, Ιούλιος 2007, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.box.net/shared/zmu029kcgc>

Greiner Zang (2011), «*Does street art show encourage graffiti?*», on line εφημερίδα The arts newspaper, 7/06/2011 δημοσιευμένο online στην ιστοσελίδα <http://www.theartnewspaper.com/articles/Does-street-art-show-encourage-graffiti/?23819>

Buck Sebastian (2011), «*The 50 Greatest Street Artists Right Now*», περιοδικό Complex, New York, 22/03/2011 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://best.complex.com/art-design/2011/03/the-50-greatest-street-artists-right-now/#gallery>

Δρακάκης Γιώργος (2011), «*Η τέχνη του δρόμου*», περιοδικό Artmag, 05/01/2011, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.artmag.gr/art-articles/arts/about-art/2093-street-art>

Galilee Beatrice (2008), «*3D Graffiti by Truth*», Icon Magazine online, March 2008 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://www.iconeye.com/contact/articles/articles/index.php?option=com_content&view=article&catid=372&id=3283

Ζορμπά Μυρσίνη (2007), «Ο αμφίθυμος εκδημοκρατισμός της κουλτούρας μεταξύ των πολιτισμικών δικαιωμάτων του πολίτη και της εκπολιτιστικής αποστολής του κράτους», 02/07/2007, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα

http://www.opek.gr/opek/index.php?option=com_content&task=view&id=163&Itemid=57

Ισμαηλίδου Έλλη (2010), «Καλλιτέχνες του δρόμου με «περγαμηνές»», εφημερίδα Το Βήμα, 21/04/2010, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα

<http://www.tovima.gr/society/article/?aid=326978>

Ιωσηφίδης Κυριάκος (2005), «Η ομάδα Carpe Diem», στο αφιέρωμα του «7 Ημέρες» της εφημερίδας Καθημερινή «Graffiti, η τέχνη του δρόμου», επιμέλεια Κωστής Λιοντής, 10/04/2005, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:

http://www.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathglobal_1_10/04/2005_1283928

Κανελλοπούλου Χάρης (2008), «Ενεργό κοινό: όταν ο θεατής αποτελεί προϋπόθεση για τη δημιουργία του έργου Τέχνης στο δημόσιο χώρο», ανακοίνωση στο συνέδριο «Σύγχρονη Τέχνη και δημόσιος χώρος», 17-20 Απριλίου 2008, Επιμελητήριο Εικαστικών Τεχνών Ελλάδος, Αθήνα, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα

<http://www.eete.gr/news.php?id=169>

Κεσανίδου Μαρία (2008), «Σύγχρονη τέχνη και δημόσιος χώρος», περιοδικό Intellectum, 4ο τεύχος, σελ.35-40, Ιούνιος 2008, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα

http://www.intellectum.org/articles/issues/intellectum4/ITL04P035040_Sygxroni_texni.pdf

Κουτσομάλλης Κυριάκος (2005), «Όταν το κοινότοπο μεταλλάσσεται σε τέχνη», εφημερίδα το Βήμα, Πολιτισμός, 26/06/2005, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα

<http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=166948>

Λαμπράκη-Πλάκα, Μαρίνα (2000), «Ο εκσυγχρονισμός του πολιτισμού», εφημερίδα Το Βήμα της Κυριακής, Νέες Εποχές, 9/01/2000, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα

<http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=118101>

Λαμπρόπουλος Κωνσταντίνος (2009), «*Η γραφή των νέων στο δημόσιο χώρο: Οπτική ρητορική επίφαση ή φραστική-υποκειμενική αντίσταση;*», στο ηλεκτρονικό περιοδικό Επιστήμη και Τεχνολογία, σελ. 67-78, Ιούλιος 2009, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://e-jst.teiath.gr/issue_12_2009/lambropoulos_12.pdf

Milosact (2005), «Αφετηρίες και εξέλιξη του graffiti», στο αφιέρωμα του «7 Ημέρες» της εφημερίδας Καθημερινή «*Graffiti, η τέχνη του δρόμου*», επιμέλεια Κωστής Λιοντής, 10/04/2005 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://www.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathglobal_1_10/04/2005_1283926

Μίχα Ειρήνη (2008), «*Μαζική τέχνη και δημόσιος χώρος: το παράδειγμα της σύγχρονης φαντασμαγορικής πόλης*», ανακοίνωση στο συνέδριο «Σύγχρονη Τέχνη και δημόσιος χώρος», 17-20 Απριλίου 2008, Επιμελητήριο Εικαστικών Τεχνών Ελλάδος, Αθήνα, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.eete.gr/news.php?id=169>

Morgan Vincent (2009), «*Amazing wall by El Mac. Negative-graffiti effect guaranteed*», 22/07/2009 διαθέσιμο στο <http://www.fatcap.com/article/negative-graffiti.html>

Μούλιου Μάρλεν και Μπούνια Αλεξάνδρα (1999), «*Μουσείο και επικοινωνία*», Περιοδικό Αρχαιολογία και τέχνες, τεύχος 72, σελίδα 42, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.arxaiologia.gr/assets/media/PDF/migrated/1578.pdf>

Μπολωνάκη Στέλλα (2008), «*Η Τέχνη στο δημόσιο χώρο σαν στοιχείο του δημόσιου σχεδιασμού*», ανακοίνωση στο συνέδριο «Σύγχρονη Τέχνη και δημόσιος χώρος», 17-20 Απριλίου 2008, Επιμελητήριο Εικαστικών Τεχνών Ελλάδος, Αθήνα, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.eete.gr/news.php?id=169>

Πάγκαλος Ορέστης (2008), «*Σχετικά με το γκραφίτι τη street art και την παρουσία τους στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία*», περιοδικό Kaput, τεύχος 1, 2008 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.kaput.gr/gr/01/σχετικά-με-το-γκραφίτι-τη-street-art/>

Παπαϊωάννου Τάσης (2008), «*Η συνομιλία του έργου τέχνης με την πόλη*», ανακοίνωση στο συνέδριο «Σύγχρονη Τέχνη και δημόσιος χώρος», 17-20 Απριλίου 2008, Επιμελητήριο Εικαστικών Τεχνών Ελλάδος, Αθήνα, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.eete.gr/news.php?id=169>

Snyder Gregory (2006), «Graffiti media and the perpetuation of an illegal subculture», *Crime Media Culture*, 2006 2: 93-101 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://cmc.sagepub.com/content/2/1/93>

Τσιροπούλου Τζένη (2011), συνέντευξη στον Afrika Bambaataa με τίτλο «*Το hip-hop γεννήθηκε στους δρόμους σε τραγικά χρόνια*», 01/03/2011, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://tvxs.gr/news/μουσική/afrika-bambaataa-«το-hip-hop-γεννήθηκε-στους-δρόμους-σε-τραγικά-χρόνια»>

Υψηλάντη Βασιλική (2011), «*Mural Arts Program: Πώς τα graffiti μετατρέπονται από μουτζούρες σε στοιχείο της καλλιτεχνικής ταυτότητας μιας πόλης*», 17/01/2011 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.citybranding.gr/2011/01/mural-arts-program-graffiti.html>

Winter Lyn (2011), «*Art in the streets*», press release, Moca- the Geffen Contemporary, 14/10/2011 διαθέσιμο στο http://www.moca.org/pdf/press/Art_in_the_Streets_press_release.pdf

3. ΠΗΓΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ (ΧΩΡΙΣ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ)

<http://www.graffiti.org/chromo/>

<http://www.carpe-diemact.gr/>

<http://www.moca.org/museum/exhibitiondetail.php?id=443>

<http://www.tate.org.uk/modern/eventseducation/talksdiscussions/15719.htm>

<http://www.technopolis-athens.com/web/guest/home>

<http://www.technopolis-athens.com/web/guest/bod>

<http://www.technopolis-athens.com/web/guest/aihouses>

4. ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ - ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ

«Αστικός κώδικας: η τέχνη του δρόμου», σενάριο και σκηνοθεσία Μελίτα Κάραλη, παραγωγή Doctv specials 2009-2010 διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.doctv.gr/page.aspx?itemID=SPG169>

«Αυτοπροσώπως -Carpe Diem», έρευνα και σενάριο Εύη Τσιριγωτάκη, σκηνοθεσία Βαγγέλης Παπαδόπουλος, παραγωγή 2009 ΕΡΤ ψηφιακή, σινέ +, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://vimeo.com/12026479>

5. ΛΕΞΙΚΑ

Μπαμπινιώτης Γεώργιος, 1998, Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας, Αθήνα, Κέντρο Λεξικολογίας.

6.ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Περιοδικό Carpe Diem, τεύχος 6, εκδόσεις Lines, Αθήνα (χωρίς ημερομηνία)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΓΛΩΣΣΑΡΙ

Bomb: το κάθε παράνομο κομμάτι graffiti.

Crew: μια ομάδα καλλιτεχνών graffiti που δημιουργεί κομμάτια ως ομάδα και όχι ατομικά και τα υπογράφει με τα αρχικά της ομάδας.

Piece: χρησιμοποιείται αντί της λέξης masterpiece και αναφέρεται σε ένα κομμάτι graffiti φτιαγμένο συνήθως με spray και αυξημένη δυσκολία.

Tag: η υπογραφή του κάθε καλλιτέχνη graffiti.

Throw up: κομμάτια που γίνονται πολύ γρήγορα και συνήθως με λίγα χρώματα.

Writer: ο καλλιτέχνης graffiti που συνήθως ζωγραφίζει γράμματα ή γενικότερα ο καλλιτέχνης που κάνει όλα τα είδη graffiti.